

	PROGRAMACIÓN			CURSO	2025-2026	
	Departamento		COMERCIO			
	Ciclo		MARKETING Y PUBLICIDAD			
	Grupo		2 COM304			
	Módulo		(0926) ESCAPARATISMO Y GESTIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES			
	Fecha:		08/09/2025		Versión:	COMPLETA
					RESUMIDA	X
	CÓDIGO	F-09-02	Versión 0	FECHA REVISIÓN:		pág.:

Módulo: Escaparatismo

**Ciclo formativo: Grado Superior en Marketing y
Publicidad**

Curso académico: 2025/2026

Nombre del docente: Ainhoa Ferrer Beltrán



1. Introducción al módulo profesional

El módulo de Escaparatismo proporciona la formación necesaria para diseñar y organizar espacios comerciales y escaparates. El objetivo es que el alumnado adquiera competencias para planificar, crear y montar propuestas visuales que refuercen la imagen de marca y mejoren la experiencia de compra.

Se trabajan aspectos como la distribución del espacio, la selección de elementos interiores y exteriores, el uso de criterios estéticos y de composición, el análisis del comportamiento del consumidor y la aplicación de tendencias actuales en comunicación visual.

Las actividades incluyen el diseño de diferentes tipos de escaparate, la elaboración de presupuestos y cronogramas, así como la organización del montaje, lo que favorece la creatividad, la planificación y la toma de decisiones.

La formación del módulo contribuye a alcanzar los objetivos generales f), g), o), p), q), r), s), t), u), v), w) y x) del ciclo formativo, y las competencias e), l), m), n), ñ), o), p), q) y r) del título.

Se dualiza el Resultado de Aprendizaje 6:

RA 6. Organización del montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha analizado la terminología básica de proyectos de escaparatismo.
- b) Se ha interpretado la documentación técnica y los objetivos del proyecto de escaparate.
- c) Se han seleccionado los materiales y la iluminación adecuados.
- d) Se ha organizado la ejecución del montaje de escaparates previamente definidos.
- e) Se ha realizado la composición y el montaje de escaparates.

2. Contenidos del módulo profesional

UNIDAD DIDÁCTICA 1 - ESPACIOS COMERCIALES

Implantación de espacios comerciales.

Aplicación del diseño de distribución y organización de un espacio comercial:

- Estudio y conocimiento del cliente.
- Comportamiento del consumidor en el establecimiento comercial.
- La realización del proceso de una compra.
- Tipos de compra.
- Determinantes internos del comportamiento del consumidor:
- Condicionantes externos del comportamiento del consumidor.
- La distribución y el marketing.
- El merchandising.
- Acciones de merchandising del fabricante.
- Acciones de merchandising del distribuidor.
- Acciones conjuntas de merchandising o trade marketing.
- Funciones principales del merchandising.
- Tipos de merchandising.
- Normativa aplicable al diseño de espacios comerciales.

UNIDAD DIDÁCTICA 2 - ELEMENTOS DE UN ESTABLECIMIENTO

Selección de los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación:

- Puntos o zonas calientes y frías naturales del establecimiento.
- Arquitectura exterior del establecimiento
- Determinación del punto de acceso en función de las zonas frías y calientes naturales.
- Elementos exteriores.
- La puerta y los sistemas de acceso.
- La fachada.
- La vía pública como elemento publicitario.
- El rótulo exterior.
- La iluminación exterior.
- El escaparate.
- El hall del establecimiento.
- Normativa y trámites administrativos en la implantación externa.
- Elementos interiores.
- Ambiente del establecimiento.
- Distribución de los pasillos.
- Implantación de las secciones.
- Disposición del mobiliario.
- Realización del lay out del establecimiento (esquema de distribución del establecimiento).
- La circulación.

- Normativa de seguridad e higiene.

UNIDAD DIDÁCTICA 3 - PROYECTOS DE ESCAPARATISMO

Organizar y supervisar el montaje de escaparates en el establecimiento comercial.

Elaboración de proyectos de implantación de espacios comerciales:

- Tipos de escaparates.
- Elementos del escaparate.
- Presupuesto de implantación del escaparate.
- Realización del cronograma o planificación temporal del escaparate.
- Criterios económicos y comerciales en la implantación.
- Incidencias en la implantación.

UNIDAD DIDÁCTICA 4 - DISEÑO DE ESCAPARATES

Determinación de criterios de composición y montaje de escaparates:

- El escaparate y la comunicación.
- La percepción y la memoria selectiva.
- La imagen.
- La asimetría y la simetría.
- Las formas geométricas.
- Eficacia del escaparate.
- Cálculo de ratios de control de la eficacia del escaparate.
- El color en la definición del escaparate.
- Iluminación en escaparatismo.
- Elementos para la animación del escaparate.
- Aspectos esenciales del escaparate.
- Bocetos de escaparates.
- Programas informáticos de diseño y distribución de espacios.

UNIDAD DIDÁCTICA 5 - ORGANIZACIÓN Y MONTAJE DE ESCAPARATES

Organización del montaje del escaparate comercial:

- Planificación de actividades.
- Materiales y medios.
- Cronograma de montaje.
- Técnicas que se utilizan habitualmente para el montaje de escaparates.
- Presupuesto del escaparate comercial.
- Métodos de cálculo de presupuestos.
- Programas informáticos utilizados en la gestión de tareas y proyectos.

3. Distribución temporal

El módulo profesional consta de 63 horas lectivas distribuidas en tres sesiones semanales.

	Unidad Didáctica	Nº horas	% Contenidos	% acumulado
1ªEvaluación	00. Presentación y evaluación inicial	3	2%	2%
	01. Espacios comerciales	9	16%	18%
	02. Elementos de un escaparate	9	16%	34%
	03. Proyectos de escaparatismo	9	16%	50%
	TOTAL PARCIAL 1ª EVALUACIÓN	30	50%	
2ªEvaluación	04. Diseño de escaparates	15	25%	75%
	05. Organización y montaje de escaparates	15	25%	100%
	TOTAL PARCIAL 2ª EVALUACIÓN	33	50%	
	TOTALES	63	100%	

4. Resultados de aprendizaje

Resultado de aprendizaje (RA1)		% sobre Total RA			
Realización del diseño, distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.		16%			
Criterios de Evaluación	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN			UD
		PE	T	AC	
Se ha analizado la información de la empresa, la competencia, el consumidor y el producto o servicio que resulta relevante para la definición de un espacio comercial.	4%	X	X		1
Se han utilizado las fuentes de información internas y externas, online y offline, necesarias para la realización de un proyecto de implantación.	3%	X	X		1
Se han identificado las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.	3%	X	X		1
Se han diseñado espacios comerciales respetando la normativa aplicable.	3%		X	X	1
Se han determinado los efectos psicológicos que producen en el consumidor las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales.	3%		X	X	1
Resultado de aprendizaje (RA2)		% sobre Total RA			
Selección de los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.		16%			
Criterios de Evaluación	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN			UD
		PE	T	AC	
Se han definido las funciones y objetivos de la implantación.	4%		X	X	2
Se han identificado los parámetros esenciales para la definición de los elementos interiores y exteriores.	4%	X	X		2
Se ha elaborado la información de base para la implantación de los elementos en el interior y en el exterior del espacio comercial.	4%		X		2
Se han elaborado propuestas para calentar las zonas frías detectadas en el establecimiento comercial.	4%		X	X	2
Resultado de aprendizaje 3 (RA 3)		% sobre Total RA			
Elaboración de proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios		18%			

económicos y comerciales.					
Criterios de Evaluación	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN			UD
		PE	T	AC	
Se han elaborado proyectos de implantación, diseñando los elementos interiores y exteriores del establecimiento y atendiendo a criterios de rentabilidad e imagen de empresa.	4%		X		3
Se han elaborado presupuestos de implantación, valorando económicamente los elementos internos y externos de la misma y determinando los recursos humanos y materiales necesarios.	4%		X	X	3
Se han confeccionado cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos que han de realizarse.	4%		X	X	3
Se han aplicado criterios económicos y comerciales para la ejecución de la implantación en el espacio comercial.	3%	X	X		3
Se han propuesto medidas para la resolución de las posibles incidencias surgidas en el proceso de organización y ejecución de la implantación.	3%		X		3
Resultado de aprendizaje 4 (RA4)		% sobre Total RA			
Determinación de criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales		25%			
Criterios de Evaluación	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN			UD
		PE	T	AC	
Se han identificado los efectos psicológicos de las distintas técnicas de escaparatismo sobre el consumidor.	4%	X		X	4
Se han establecido las funciones y objetivos de un escaparate	5%		X	X	4
Se ha valorado el impacto de un escaparate sobre el volumen de ventas.	3%	X	X		4
Se han definido los criterios de selección de materiales para un escaparate, en función de una clientela potencial y unos efectos deseados.	4%		X	X	4
Se ha analizado el diseño y montaje de distintos escaparates.	4%	X		X	4
Se han definido los criterios de composición y montaje del escaparate.	5%		X	X	4
Resultado de aprendizaje 5 (RA5)		% sobre Total RA			
Aplicación de distintos diseños de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y		25%			

estéticos previamente definidos.					
Criterios de Evaluación	Porcentaje	INSTRUM. EVALUACIÓN			UD
		PE	T	AC	
Se han seleccionado los elementos, materiales e instalaciones que componen un escaparate.	5%		X		5
Se han aplicado distintas técnicas de escaparatismo, teniendo en cuenta los efectos psicológicos de las mismas en el consumidor.	5%		X		5
Se han seleccionado distintas combinaciones de color para conseguir diferentes efectos visuales.	5%		X		5
Se han aplicado técnicas de proyección de escaparates para efectuar su diseño	5%		X	X	5
Se han utilizado herramientas informáticas para la distribución de espacios en el diseño de los escaparates.	5%		X	X	5