

Programación didáctica del módulo: 1237 Formación en Centros de Trabajo (FCT)

2º curso del CFGM de Técnico de Actividades Comerciales

Curso 2021-2022

Noelia Del Corral Arbiza

**Comercio y Marketing
IES LAS LLAMAS
SANTANDER**



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. EL TÍTULO DE TÉCNICO DE ACTIVIDADES COMERCIALES.....	4
2.1 Identificación.	4
2.2 Perfil profesional del título.....	4
2.3 Competencia general.	4
2.4 Competencias profesionales, personales y sociales.	4
2.5 Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.	6
2.6 Entorno profesional.	7
2.7 Objetivos generales del ciclo formativo.	8
3. EI MÓDULO DE FCT : FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO	10
3.1.Competencias profesionales, personales y sociales que se desarrollan en este módulo profesional.....	10
4. RELACIÓN Y TIPOLOGÍA DE LOS CENTROS DE TRABAJO.....	12
5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	13
6. ACTIVIDADES FORMATIVAS QUE PERMITAN ALCANZAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN	17
7. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LA FCT	18
8. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL MÓDULO FCT	19
9. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	19
10. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.....	21
11. EXENCIONES DEL MÓDULO PROFESIONAL DE FCT	21

1. INTRODUCCIÓN

El título de “Técnico en Actividades Comerciales” y sus enseñanzas mínimas se regula por el **RD 1688/2011, de 18 de noviembre**, de conformidad con el RD 1147/2011, de 29 de julio, que establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo, tomando como base el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, las directrices fijadas por la Unión Europea y otros aspectos de interés social.

La **Orden ECD/82/2014, de 25 de junio**, establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria

El módulo de Formación en Centros de Trabajo (FCT), queda regulado por la Orden ECD/29/2017, de 21 de marzo, para alumnos matriculados en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias del título de Técnico de Actividades comerciales y los objetivos generales del ciclo, tanto aquellos que se han alcanzado en el centro educativo, como los que son difíciles de conseguir en el mismo.

Referencia normativa:

- ✓ Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE).
- ✓ Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre, por el que se establece la ordenación general de la Formación Profesional.
- ✓ Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- ✓ Decreto 4/2010, de 28 de enero, por el que se regula la ordenación general de la Formación Profesional en el sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- ✓ Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
- ✓ Orden ECD/82/2014, de 25 de junio, que establece el currículo del ciclo formativo de Grado Medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- ✓ Orden EDU/66/2010, de 16 de agosto, de evaluación y acreditación académica, en las enseñanzas de Formación Profesional Inicial del Sistema Educativo en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- ✓ Orden ECD/29/2017, de 21 de marzo, que regula el módulo profesional de formación en centros de trabajo y el módulo de proyecto para alumnos matriculados en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- ✓ Instrucciones de Inicio de Curso

Formación en Centros de Trabajo (FCT) es un módulo profesional enmarcado en el Ciclo Formativo de Grado Medio de Técnico en Actividades Comerciales con una duración de 410 horas.

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias y objetivos generales, propios de este título, que se han alcanzado en el centro educativo o desarrollar competencias características difíciles de conseguir en el mismo, y que regula la Orden ECD/82/2014, de 25 de junio en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

2. EL TÍTULO DE TÉCNICO DE ACTIVIDADES COMERCIALES

2.1 Identificación.

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

- Denominación: Actividades Comerciales.
- Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.
- Duración: 2.000 horas.
- Familia Profesional: Comercio y Marketing.
- Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3 b.

2.2 Perfil profesional del título.

El perfil profesional del título de Técnico en Actividades Comerciales queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

2.3 Competencia general.

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

2.4 Competencias profesionales, personales y sociales.

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.

- b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.
- h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
- l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

2.5 Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

1. Cualificación profesional completa:

Actividades de Venta COM085_2 (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero) que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0239_2: Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.

UC0240_2: Realizar las operaciones auxiliares a la venta.

UC0241_2: Ejecutar las acciones del Servicio de Atención al Cliente/Consumidor /Usuario.

2. Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Actividades de gestión del pequeño comercio. COM631_2 (Real Decreto 889/2011, de 24 de junio):

UC2104_2: Impulsar y gestionar un pequeño comercio de calidad.

UC2105_2: Organizar y animar el punto de venta de un pequeño comercio.

UC2106_2: Garantizar la capacidad de respuesta y abastecimiento del pequeño comercio.

b) Organización y gestión de almacenes COM318_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

c) Gestión comercial inmobiliaria COM650_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

UC0811_2: Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.

2.6 Entorno profesional.

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en cualquier sector productivo dentro del área de comercialización o en las distintas secciones de establecimientos comerciales, realizando actividades de venta de productos y/o servicios a través de diferentes canales de comercialización o bien realizando funciones de organización y gestión de su propio comercio.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan un pequeño comercio o tienda tradicional, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos o secciones de comercialización de cualquier empresa u organización, en distintos subsectores:

- En establecimientos comerciales pequeños, medianos o grandes trabaja por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales.
- En la comercialización de productos y servicios por cuenta propia y ajena fuera del establecimiento comercial.
- En el departamento comercial de pymes y empresas industriales.
- En el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario de organismos públicos.
- En empresas industriales y comerciales grandes y medianas.
- En el sector del comercio al por menor.

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Vendedor.
- Vendedor/a técnico/a.
- Representante comercial.
- Orientador/a comercial.
- Promotor/a.
- Televendedor/a.
- Venta a distancia.
- Teleoperador/a (call center).
- Información/atención al cliente.
- Cajero/a o reponedor/a.
- Operador de contact-center.
- Administrador de contenidos online.
- Comerciante de tienda.
- Gerente de pequeño comercio.
- Técnico en gestión de stocks y almacén.
- Jefe de almacén.
- Responsable de recepción de mercancías.
- Responsable de expedición de mercancías.
- Técnico en logística de almacenes.
- Técnico de información/atención al cliente en empresas.

2.7 Objetivos generales del ciclo formativo.

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

- a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.
- b) Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.
- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- f) Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- g) Acopiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- h) Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio establecido en función de la demanda de los clientes o consumidores.
- i) Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- j) Analizar las políticas de venta y fidelización de clientes, organizando la exposición y promoción del surtido, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.
- k) Seleccionar datos e introducirlos en la página web de la empresa, realizando su mantenimiento y buscando un buen posicionamiento, la facilidad de uso y la máxima persuasión para realizar acciones de comercio electrónico.
- l) Fomentar las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando estrategias de marketing digital en las redes sociales, para realizar acciones de comercio electrónico.
- m) Reconocer las características de los programas informáticos utilizados habitualmente en el sector comercial, confeccionando documentos y materiales informáticos para realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial.

- n) Identificar el mercado y el entorno de la empresa comercial, obteniendo y organizando la información de los agentes que intervienen en el proceso comercial y aplicando políticas de marketing apropiadas para ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing.
- ñ) Seleccionar acciones de información al cliente, asesorándolo con diligencia y cortesía y gestionando en su caso las quejas y reclamaciones presentadas, para ejecutar los planes de atención al cliente.
- o) Determinar las características diferenciadoras de cada subsector comercial, ofertando los productos y/o servicios mediante técnicas de marketing apropiadas para realizar ventas especializadas de productos y/o servicios.
- p) Identificar expresiones y reglas de comunicación en inglés, tanto de palabra como por escrito, para gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

3. EI MÓDULO DE FCT : FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO

Este módulo profesional de Formación en centro de trabajo (FCT), código 1237, contribuye a completar las competencias del título de Técnico en Actividades Comerciales y los objetivos generales del ciclo, tanto aquellos que se han alcanzado en el centro educativo, como los que son difíciles de conseguir en el mismo. El módulo de FCT tiene una duración de 410 horas.

3.1.Competencias profesionales, personales y sociales que se desarrollan en este módulo profesional

3.1.1. Competencia general.

La competencia general de este título a la que contribuye este módulo consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

3.1.2. Competencias profesionales, personales y sociales.

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.
- b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.
- g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

- h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
- l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.
- q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
- r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.
- s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

4. RELACIÓN Y TIPOLOGÍA DE LOS CENTROS DE TRABAJO

Las empresas colaboradoras en la realización de las prácticas de los alumnos son las siguientes:

- Estaciones de Servicio Repsol
- Empresas del Grupo Inditex
- El Corte Inglés
- Forum Sport
- Encinares Once S.L. (BIWO)
- Media Markt
- LF Cantabria Inmobiliaria
- Grupo Cortefiel
- Splahss Muebles de Cocina y baño
- Leroy Merlin
- Inmozenter
- Grupo Eroski
- Merkal Calzados
- Multiuniformes
- Foscury Decoración
- Mailboxes
- Dooers
- Sfera (grupo ECI)
- SMILE tiendas
- Tiger Stores
- Foot Locker
- Autonorte- Peugeot
- Deportes Borbolla
- Misako (Frag Comercio Internacional)
- Y otras

Son generalmente, empresas que se dedican a la comercialización y distribución de bienes y servicios al por menor (aunque podemos encontrar otras de servicios inmobiliarios, soporte telefónico a cliente...)

A las empresas mencionadas anteriormente, a lo largo de este curso escolar, se añadirán nuevas con las que ir aumentando nuestra base de empresas de colaboración, ya que es objetivo fundamental aumentar la base de empresas con la que contamos y para ello el profesor tutor realiza la necesaria labor de promoción de los ciclos de la familia de Comercio y Marketing del IES Las Llamas y en especial, del ciclo de TAC.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA1. Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con la producción y comercialización de los productos que obtiene y con el tipo de servicio que presta.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.
- b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.
- c) Se han identificado los elementos que constituyen la red logística de la empresa: proveedores, clientes, sistemas de producción y almacenaje, entre otros.
- d) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.
- e) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.
- f) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- g) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

RA 2. Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional, de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido y justificado:
 - La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo.
 - Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.
 - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.
 - Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.
 - Las actitudes relacionadas con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.
 - Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.
 - Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.
- b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.
- c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.
- d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.
- e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.

- f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado, interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.
- g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.
- h) Se ha coordinado con el resto del equipo, comunicando las incidencias relevantes que se presenten.
- i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.
- j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

RA3. Participa en la gestión económica y de tesorería del pequeño comercio, realizando tareas administrativas, contables y fiscales con los medios informáticos utilizados en la empresa comercial.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las principales variables económicas y financieras en las que se basa la empresa comercial.
- b) Se ha valorado la información de posibles ayudas, subvenciones, servicios bancarios y formas de financiación para el funcionamiento del establecimiento comercial.
- c) Se han determinado las variables que intervienen en el sistema de fijación de precios que asegure la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa en el tiempo.
- d) Se han realizado tareas de gestión administrativa y contable de la empresa, mediante el uso de aplicaciones informáticas específicas.
- e) Se han seguido pautas de actuación con clientes, definidas en el plan de calidad de la empresa comercial.
- f) Se han actualizado las bases de datos de clientes de la empresa, garantizando la normativa de protección de datos.
- g) Se han determinado los elementos que componen el mercado, el entorno y el comportamiento del consumidor en el ámbito de la empresa comercial.
- h) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento, análisis y archivo de información requerida en el sistema de información de marketing (SIM).

RA4. Realiza tareas de aprovisionamiento y expedición de mercaderías, utilizando el terminal punto de venta y demás medios informáticos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado previsiones de compra de mercaderías, mediante hojas de cálculo u otro software apropiado, con suficiente antelación para asegurar el abastecimiento de la tienda.
- b) Se han valorado distintas ofertas de proveedores que determinen la más ventajosa para la tienda, estableciendo en su caso un proceso de comunicación y negociación.
- c) Se ha tramitado la documentación generada en el proceso de abastecimiento de mercaderías.
- d) Se han verificado la recepción de pedidos, informatizándolos para facilitar su posterior gestión de stocks.

- e) Se han realizado tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, teniendo en cuenta sus características.
- f) Se han manejado aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes.
- g) Se ha utilizado el terminal punto de venta para realizar la gestión de stocks del establecimiento comercial.
- h) Se ha calculado la rentabilidad de productos o servicios del surtido de la tienda, valorando la posibilidad de retirar o incluir nuevos productos o servicios.

RA5. Realiza contactos comerciales con clientes por diferentes medios, para ayudar a cumplir con los objetivos comerciales, utilizando técnicas de ventas adecuadas a cada situación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las variables que determinan la estructura del mercado y de las partes intervinientes en él.
- b) Se han planificado visitas comerciales, atendiendo a las características del producto o servicio y del cliente tipo de la empresa.
- c) Se ha llevado a cabo procesos de negociación comercial, utilizando las técnicas de venta adecuadas a cada caso.
- d) Se ha cumplimentado la documentación generada en una operación de compraventa.
- e) Se ha utilizado una herramienta de gestión de relación con clientes (CRM) para registrar posibles incidencias y valorar su inclusión en procesos de fidelización.
- f) Se han realizado tareas de empaquetado y etiquetado de productos que requieran un tratamiento específico para mantener su estatus de alta gama.
- g) Se han adaptado argumentarios de venta a productos o servicios técnicos, tales como la venta de bienes del sector primario, industriales o productos inmobiliarios.
- h) Se han realizado operaciones de telemarketing para captar, fidelizar o recuperar clientes de la empresa.

RA6. Contribuye a mantener la tienda online de la empresa, actualizando el catálogo online mediante las aplicaciones informáticas necesarias.

Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado acciones de captación de clientes para la tienda online.
- b) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido en la página web.
- c) Se han realizado actualizaciones y tareas de mantenimiento de la página web de la tienda online.
- d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa participe activamente en el entorno Web 2.0, participado en blogs, redes sociales, buscadores y chats, entre otros.
- e) Se han manejado a nivel usuario sistemas informáticos utilizados habitualmente en el comercio.
- f) Se ha utilizado la red Internet para realizar tareas relacionadas con la gestión comercial de la empresa.
- g) Se han realizado distintos materiales de comunicación, utilizando el software apropiado.

h) Se han utilizado programas de software que automaticen las tareas comerciales, de facturación electrónica y otras tareas administrativas.

RA7. Lleva a cabo tareas de dinamización del establecimiento comercial, aplicando técnicas adecuadas y utilizando los medios disponibles.

Criterios de evaluación:

- a) Se han dispuesto diferentes elementos del mobiliario de la tienda de forma que contribuyan a conseguir los objetivos comerciales.
- b) Se han realizado informes que mejoren la fluidez de la circulación de los clientes por el establecimiento comercial para que permanezcan más tiempo en su interior.
- c) Se han colocado las referencias en el lineal, siguiendo planogramas de implantación y reposición de productos.
- d) Se ha analizado la variación en las ventas que se producen al variar de posición los productos en el lineal.
- e) Se han elaborado elementos de cartelería para animar el establecimiento comercial mediante rotulación tradicional o con medios informáticos.
- f) Se han montado elementos decorativos en el establecimiento comercial, siguiendo criterios comerciales y de seguridad y prevención de riesgos laborales.
- g) Se han realizado escaparates acordes al momento comercial, valorando posteriormente el impacto producido en los clientes.
- h) Se han realizado acciones promocionales adecuadas a los objetivos comerciales, evaluando los resultados obtenidos.

RA8. Informa y atiende a clientes, utilizando técnicas de comunicación adecuadas que contribuyan a mejorar la imagen de la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la organización del departamento de atención al cliente de la empresa.
- b) Se han utilizado los canales de comunicación adecuados en el proceso de información al cliente.
- c) Se ha clasificado la documentación generada en el proceso de atención al cliente.
- d) Se han manejado herramientas de gestión de relaciones con clientes.
- e) Se ha identificado la tipología de clientes y usuarios habituales de la empresa.
- f) Se han aplicado técnicas de comunicación y negociación en la atención de quejas y reclamaciones.
- g) Se han cumplimentado los documentos generados en la tramitación de quejas y reclamaciones.
- h) Se han elaborado informes que recojan las principales incidencias, quejas y reclamaciones, para ser utilizados en el sistema de calidad de la empresa.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS QUE PERMITAN ALCANZAR LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Organización empresarial:

- Identificación de las funciones de cada área de la empresa.
- Estudio del servicio realizado y sus procedimientos de trabajo.

Interdepartamental:

- Aplicación de criterios de correcto comportamiento dentro del organigrama de la empresa y del equipo de trabajo.
- Identificación y aplicación de las normas de prevención de riesgos.
- Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar proyectos de viabilidad de implantación por cuenta propia de negocios comerciales al por menor.

Gestión económica y financiera:

- Realización de la diferente documentación administrativa y financiera de la empresa.
- Gestión del proceso contable y fiscal en la empresa.
- Delimitar las características y cuantía de los recursos económicos necesarios, atendiendo a las características de la tienda y de los productos ofertados para la puesta en marcha de un pequeño negocio al por menor.
- Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

Técnicas de almacén:

- Reconocer las tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, asignando medios materiales y humanos, controlando los stocks de mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, para organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías.
- A copiar y procesar datos de previsiones de demanda y compras a proveedores, utilizando tecnologías de la información y comunicación para garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio.
- Identificar y elegir los mejores proveedores y/o suministradores, negociando las ofertas y condiciones de suministro para realizar las compras necesarias que mantengan el nivel de servicio en función de la demanda de los clientes o consumidores.

Gestión de un pequeño comercio:

- Crear imagen de tienda, combinando los elementos exteriores e interiores del establecimiento comercial con criterios comerciales, para realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios.

Administración:

- Trámites y revisión de permisos/documentación. Normativa reguladora de operaciones de transporte.
- Gestión de documentación requerida en el tráfico nacional/internacional.
- Elaboración de albaranes y facturas. Seguros. Aplicaciones informáticas.

Aplicaciones informáticas para el comercio:

- Identificación de variables y fuentes de información.
- Análisis de resultados y conclusiones.
- Elaboración de informes.
- Aplicación de técnicas informáticas.

Marketing y atención al cliente:

- Tipología de los clientes.
- Identificación de necesidades.
- Gestión de reclamaciones.
- Información sobre el servicio.

7. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DE LA FCT

La Formación en Centros de Trabajo se desarrollará de forma ordinaria durante el curso escolar aunque se puede autorizar la realización en periodos extraordinarios y periodos no lectivos. (**Artículo 5** de la orden ECD/29/2017).

1. Con carácter general se desarrollará durante el tercer trimestre del segundo curso y una vez alcanzada la evaluación positiva en todos los módulos del ciclo formativo.
2. Excepcionalmente, y con el fin de facilitar la adaptación del número de alumnos a la disponibilidad de puestos formativos en las empresas, aproximadamente la mitad de los alumnos del segundo curso podrán desarrollar dicho módulo durante el segundo trimestre, siempre y cuando hayan superado positivamente todos los módulos profesionales del primer curso.

3. En el mismo sentido la administración educativa podrá adoptar otros modelos de flexibilización del periodo de realización de la Formación en Centros de Trabajo durante los tres trimestres del segundo curso del ciclo formativo.

8. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL MÓDULO FCT

La evaluación de los alumnos se realizará según lo establecido en el Real Decreto 1688/2011.

Entendemos la evaluación como un proceso integral, en el que se contemplan diversas dimensiones: análisis del proceso de aprendizaje, del proceso de enseñanza, de la experiencia práctica y del propio Proyecto Curricular.

La evaluación se concibe de la siguiente manera:

- Continua, ya que atiende al aprendizaje como proceso, contrastando los diversos momentos o fases. Se contemplan tres modalidades:
 - *Evaluación inicial*: Proporciona datos acerca del punto de partida de cada alumno, proporcionando una primera fuente de información sobre la integración en la empresa y el trabajo en grupo, los conocimientos previos y características personales, que permiten una atención a las diferencias y una metodología adecuada.
 - *Evaluación formativa*: Concede importancia a la evolución a lo largo del proceso de Prácticas en la empresa, confiriendo una visión de las dificultades y progresos de cada caso.
 - *Evaluación sumativa*: Establece los resultados al término del proceso total de aprendizaje en cada período formativo y la consecución de los objetivos.
- Individualizada, centrándose en la evolución de cada alumno y en sus particularidades.
- Diferenciada, según las distintas materias del currículo a desarrollar en las diferentes empresas.
- Cualitativa, en la medida en que se aprecian todos los aspectos que inciden en cada situación particular y se evalúan de forma equilibrada los diversos niveles de desarrollo del alumno, no sólo los de carácter cognitivo.
- Orientadora, dado que aporta al alumno o alumna la información precisa para mejorar su aprendizaje y adquirir estrategias apropiadas.

9. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Para la evaluación del aprendizaje de los alumnos se establecen los siguientes instrumentos:

1) La **Ficha Individual de Seguimiento (FCT3)**.

Cada alumno que realice la F.C.T dispondrá de una Ficha, concertada entre el centro docente y el centro de trabajo, e integrada por el "Programa Formativo", que será cumplimentada y tenida en cuenta

por el responsable de la empresa para la confección de su informe. Dicha ficha será supervisada por el profesor- tutor y adjuntada al expediente académico. En esta ficha se consignarán:

- a) Actividades de evaluación.
- b) Criterios de evaluación de dichas actividades.
- c) Valoración del responsable de la empresa.
- d) Observaciones.

Al finalizar el periodo de Prácticas se realizará por parte del alumno un cuestionario de Autoevaluación y satisfacción, que nos servirá también como docentes para evaluar la atención prestada por la empresa con el fin de cumplir los objetivos.

2) **La hoja Semanal del Alumno:** El alumno reflejará diariamente las tareas realizadas en la empresa; en su caso, las dificultades que encontró para la realización de la actividad y las circunstancias que lo motivaron, así como cuantas observaciones a nivel profesional o a nivel personal considere oportunas. Dicha ficha contará con el Vº.Bº semanal del responsable de la empresa del seguimiento de su FCT y será supervisada por el profesor tutor durante la jornada quincenal destinada a las actuaciones tutoriales en el centro docente, con todo el alumnado que esté durante ese periodo realizando la FCT en la empresa.

El profesor tutor del grupo de alumnos del centro docente establecerá un régimen de visitas al centro de trabajo, de periodicidad quincenal, al menos, para mantener entrevistas con el responsable del centro de trabajo, a observar directamente las actividades que el alumnado realiza en el mismo y registrar su propio seguimiento. Este seguimiento puede ser también telemático, telefónico etc.

3) **La Ficha de Evaluación del alumno (FCT4)**

Dicha ficha será supervisada por el profesor- tutor y adjuntada al expediente académico. En esta ficha se consignarán:

- a) Actividades de evaluación.
- b) Criterios de evaluación de dichas actividades.
- c) Valoración del responsable de la empresa.
- d) Observaciones.

Al finalizar el periodo de Prácticas se realizará por parte del alumno un cuestionario de Autoevaluación y satisfacción, que nos servirá también como docentes para evaluar la atención prestada por la empresa con el fin de cumplir los objetivos.

En mi caso, les pido además la elaboración de una breve **Memoria** resumen de sus FCTs con el índice que muestro a continuación:

- Datos identificativos de la empresa: Nombre, localización del centro de trabajo, forma jurídica, página web, etc.

- Datos económicos: Número empleados en el centro de trabajo, volumen de producción o facturación.
- Organización (organigrama) del centro de trabajo y descripción de la estructura nacional / internacional.
- Sector de actividad.
- Descripción detallada de la actividad de la empresa.
- Descripción de las tareas que se llevan a cabo en tu departamento.
- Enumeración de las tareas concretas que tú has realizado a lo largo del período.
- Descripción de las acciones de formación recibidas (charlas, cursos, documentación para leer, reuniones periódicas, “sombras” etc.) así como, si las ha habido herramientas de evaluación (tanto de la empresa como del alumnado) utilizadas.
- Valoración personal de tu formación en el centro de trabajo. Expectativas iniciales y aprendizaje adquirido. Grado de satisfacción.

10. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El profesor tutor del Centro atendiendo a las necesidades y características de cada empresa, previa entrevista con el responsable de la misma propondrá, de acuerdo con la empresa, el alumno que mejor pueda encajar con el perfil solicitado.

Se realizará una programación didáctica general, de acuerdo con el tutor de la empresa, de las actividades que podrán realizar durante el periodo duración de la FCT.

Dado que se ha realizado un seguimiento de las actividades desarrolladas por el alumno, a través de visitas a las empresas y tutorías en el Centro educativo, a través de esta información se podrá evaluar al alumno.

Al final del período una vez desarrollada la programación y cumplido horas establecidas 410 horas se cumplimenta con la firma de la empresa, el módulo FCT, la calificación será de **APTO** o **NO APTO**.

Independientemente de la nota obtenida, para alcanzar la calificación positiva, es condición imprescindible la realización de 410 horas en el plazo establecido, según recoge la normativa vigente.

En el caso de que la falta de asistencia sea motivada por enfermedad o cualquier otra causa no imputable al alumno, se contempla la posibilidad solicitar ante la Consejería de Educación la ampliación del periodo de prácticas.

11. EXENCIONES DEL MÓDULO PROFESIONAL DE FCT

Artículo 19. Exención del módulo profesional de FCT.

1. El módulo profesional de FCT será susceptible de exención por su correspondencia con la experiencia laboral. También podrá obtenerse la exención del módulo profesional de FCT con actividades de trabajo voluntario, en los términos establecidos en el artículo 12.1 c) del Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral.

2. La exención podrá ser total o parcial, dependiendo de la correspondencia que haya entre la experiencia acreditada y los Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación del módulo profesional de FCT.
3. Se debe acreditar, tanto para la exención total como para la parcial, una experiencia laboral equivalente al trabajo a tiempo completo de, al menos, un año, que permita demostrar que la persona solicitante tiene adquiridos los Resultados de Aprendizaje del módulo profesional de FCT. En el caso de contratos a tiempo parcial, los días de cotización deberán ser equivalentes a un año a tiempo completo.
4. En el caso de trabajos voluntarios se aplicarán las mismas condiciones temporales establecidas en el apartado anterior.

Artículo 20. Solicitud de exención.

1. La exención total o parcial del módulo profesional de FCT requerirá la matrícula previa del alumno en un centro educativo autorizado para impartir enseñanzas conducentes al título del ciclo formativo correspondiente.
2. La solicitud de exención, así como la documentación acreditativa, se presentará en la secretaría del centro educativo donde el alumno se encuentre matriculado. Se empleará para ello el modelo que como anexo II se adjunta a esta orden.
3. Si la solicitud se presenta en un centro educativo privado, la persona titular del mismo remitirá la documentación y el informe del equipo docente a que hace referencia el artículo 21, al centro educativo público al que se encuentre adscrito.
4. Cuando se trate de un alumno que se matricule sólo del módulo profesional de FCT y, si procede, el de Proyecto, esta solicitud se entregará en el momento de formalizar la matrícula. Si el alumno realiza el módulo profesional de FCT en el periodo establecido con carácter general, la solicitud de exención se presentará al menos un mes antes del inicio de las actividades programadas para dicho módulo profesional.
5. La justificación de la experiencia laboral se realizará de conformidad con lo establecido en el artículo 12 del Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral.

Artículo 21. Informe del equipo docente.

1. El equipo docente del ciclo formativo, tras el análisis de la documentación aportada, emitirá informe motivado para la concesión de la exención total o parcial del mismo o, en su caso, para denegar su concesión. Esta propuesta deberá realizarse a la vista de los Resultados de Aprendizaje y de los Criterios de Evaluación del módulo profesional de FCT que deben tenerse adquiridos y de acuerdo con los criterios de exención recogidos en el Proyecto Curricular del ciclo formativo. Dicho informe se ajustará al modelo que se adjunta como anexo III.
2. En caso necesario, el equipo docente del ciclo formativo podrá recabar por escrito a los interesados cuanta información complementaria considere conveniente.

Artículo 22. Resolución de la solicitud de exención.

1. Corresponde al director del centro educativo público donde esté matriculado el alumno, o al cual esté adscrito el centro privado correspondiente, resolver la solicitud de exención del módulo profesional de FCT, que podrá ser total o parcial. Cuando la solicitud provenga de un centro privado, la resolución se registrará en el centro público en el que conste el expediente académico del alumno solicitante.
2. La resolución se dictará con arreglo al modelo previsto como anexo IV y será notificada a la persona solicitante y, en su caso, al centro educativo privado.
3. Según el tipo de exención de la resolución, se observará lo siguiente:
 - a. Exención total: Se anotará en la correspondiente acta de evaluación con la calificación «Exento», de acuerdo con el artículo 24.3 de la Orden EDU/66/2010, de 16 de agosto, de evaluación y acreditación académica, en las enseñanzas de Formación Profesional inicial del Sistema Educativo en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
 - b. Exención parcial: El alumno deberá realizar aquellas actividades que el equipo docente del ciclo formativo determine para completar su formación. Una vez realizadas estas actividades, en la evaluación final correspondiente se procederá a la calificación del módulo profesional de FCT con la calificación de «Apto» o «No apto».

Artículo 23. Recursos.

Contra la resolución de exención total o parcial del módulo profesional de FCT, o en su caso denegatoria de la misma, dictada por el director del centro educativo público, las personas interesadas podrán interponer recurso de alzada ante el titular de la Dirección General con competencias en materia de Formación Profesional del sistema educativo.