
Módulo Profesional: Formación en Centros de Trabajo.

Equivalencia en créditos ECTS: 22.

Código: 0934.

Duración: 350 horas.

I.E.S. VALLE DEL AZAHAR — CURSO 2022/2023

ÍNDICE

1. Normativa de referencia
2. Análisis del entorno profesional
3. Criterios de selección de empresas formadoras.
4. Criterios de asignación del alumnado a los Centros de trabajo.
5. Criterios de distribución del alumnado entre el profesorado
6. Plan de seguimiento previsto para comprobar la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo: número máximo de visitas a realizar a cada centro de trabajo y calendario.
7. Plan de seguimiento del módulo.
8. Competencias profesionales que se completen o desarrollen en este módulo
9. Resultados de aprendizaje en centro de trabajo y criterios de evaluación
10. Propuesta de actividades formativas que permitan alcanzar los resultados de aprendizaje
11. Horas programadas distribuidas según los resultados de aprendizaje que se puedan realizar en la empresa seleccionada.
12. Criterios de exención total o parcial de la FCT.

1. Normativa de referencia.

- **Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional.**
- **Orden de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos profesionales de formación en centros de trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.**
- **ORDEN de 29 de septiembre de 2010, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.**
- **Decreto 436/2008, de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo.**
- **Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía, establece mediante el Capítulo V «Formación profesional» del Título II «Las enseñanzas», los aspectos propios de Andalucía relativos a la ordenación de las enseñanzas de formación profesional del sistema educativo.**
- **Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.**
- **Orden de 29 de julio de 2015, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.**

2. Análisis del entorno profesional.

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en empresas de cualquier sector productivo y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado, realizando funciones de planificación, organización y gestión de actividades de compraventa de productos y servicios, así como de diseño, implantación y gestión de espacios comerciales. Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan su empresa realizando actividades de compraventa de productos y servicios, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en el departamento de ventas, comercial o de marketing dentro de los subsectores de: Industria, comercio y agricultura, en el departamento de ventas, comercial o de marketing. Empresas de distribución comercial mayorista y/o minorista, en el departamento de compras, ventas, diseño e implantación de espacios comerciales, comercial o de marketing. Entidades financieras y de seguros, en el departamento de ventas, comercial o de marketing. Empresas intermediarias en el comercio como agencias comerciales, y empresas de asesoramiento comercial y jurídico, entre otras. Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras. Empresas de logística y transporte. Asociaciones, instituciones, organismos y organizaciones no gubernamentales (ONG).

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

- Jefe de ventas.
- Representante comercial.
- Agente comercial.
- Encargado de tienda.
- Encargado de sección de un comercio.
- Vendedor técnico.
- Coordinador de comerciales.
- Supervisor de telemarketing.
- Merchandiser.
- Escaparatista comercial.
- Diseñador de espacios comerciales.
- Responsable de promociones punto de venta.
- Especialista en implantación de espacios comerciales.

Las funciones de este técnico en el puesto de trabajo estarán afectadas de forma considerable por la aplicación generalizada de las nuevas tecnologías a las tareas administrativas y de gestión de actividades, que se aplican fundamentalmente a:

Los procesos de planificación, organización, gestión y control de las actividades de comercio.

Los procesos de gestión administrativa del comercio.

Los procesos de comercialización de los productos y servicios. La comunicación con el cliente.

El tratamiento y análisis de la información recibida.

El control de calidad de los servicios prestados.

Los métodos de organización del trabajo.

3. Criterios para la selección de empresas formadoras.

A la hora de seleccionar los Centros Colaboradores se tendrá en cuenta los siguientes criterios:

- 1) Interés del alumno/a.
- 2) Recomendación del equipo educativo.
- 3) Que las actividades de la empresa se adapten a los contenidos específicos a desarrollar por cada alumno en la FCT, y que permitan alcanzar los resultados de aprendizaje. Primará, sobre todo, la búsqueda de una formación de calidad, antes que la inserción, pues sucede en ocasiones que, las grandes empresas de distribución, ofrecen puestos formativos, en los que la tutorización y/o los resultados de aprendizaje no son los que se habían programado.
- 4) Posibilidades de inserción profesional de calidad. A veces, al finalizar la FCT, las grandes empresas distribuidoras, contratan al alumnado, pero se trata de contratos muy precarios y de corta duración. Además, posteriormente no vuelven a contar con sus servicios. Es por ello que se buscarán empresas con posibilidades de inserción futura también de calidad, en la medida de lo posible.
- 5) Requerimientos solicitados por los centros de trabajo.
- 6) Distancia del centro de trabajo al centro educativo y/o a la vivienda habitual del alumno/a, y posibilidad de transporte.

7) Centros de trabajo donde se hayan obtenido resultados favorables, y hayan colaborado anteriormente con el centro.

8) Que sea posible la tutorización por parte del centro y de la empresa respecto de los alumnos en fase de FCT.

9) Que dispongan de los medios materiales y los espacios acordes con las tareas a realizar por el alumno.

10) En el caso de realización del módulo de FCT en periodo excepcional, el director del Centro a propuesta del Jefe de Departamento nombrará un tutor encargado del seguimiento, preferentemente, este tutor docente le habrá impartido docencia en el curso anterior. En el caso de no darse esta casuística será un profesor con atribución docente que imparta la docencia en 2º curso. En la medida de lo posible el centro le proporcionará un tiempo para que pueda realizar el seguimiento.

En el caso excepcional de que el alumnado no quiera hacer esta formación en las empresas que se le ofrecen, será él mismo el que se encargará de hacer una primera búsqueda, en base a sus intereses particulares. Una vez contactada con la empresa, el jefe de departamento, o tutor docente se pondrá en contacto con la misma para informarle del programa, y verificar que cumple los requisitos adecuados para realizar esta formación. Posteriormente, el departamento, decidirá si dicha empresa es adecuada para la FCT, siguiendo la normativa prevista.

Posibles empresas colaboradoras

(a continuación se exponen empresas colaboradoras en el curso anterior)

EMPRESA	ACTIVIDAD
IKEA	HOGAR
MEDIAMARKT	ELECTRÓNICA
LIDL	ALIMENTACIÓN
ALDI	ALIMENTACIÓN
CARREFOUR	ALIMENTACIÓN
SPRINTER	DEPORTE

El listado de centros de trabajo donde se realizará este módulo de FCT será concretado antes del inicio de la FCT.

4. Criterios de asignación del alumnado a los Centros de trabajo.

La asignación de alumnos a empresas y tutores se hará por acuerdo de departamento, previo a la formalización de los convenios de colaboración.

El alumnado tendrá una reunión previa a la realización de la FCT, antes de la evaluación, donde el tutor del grupo le informará del desarrollo de la FCT, y podrá elegir entre las empresas propuestas un centro de trabajo en función de sus aspiraciones y perfil profesional, limitaciones de horario y otras condiciones personales. Esta información se concretará, una vez que haya obtenido evaluación positiva en todos los módulos de 1º y 2º.

Los criterios para la distribución del alumnado entre los centros de trabajo, para procurar la máxima y más eficiente formación y/o inserción laboral, son:

- 1) Aspiraciones profesionales y/o formativas, expuestas en una carta de motivación que debe redactar a la empresa y equipo educativo
- 2) Disponibilidad del alumno/a para el desplazamiento.
- 3) Expediente académico.
- 4) Decisión de la empresa, basándose en criterios objetivos, que después de una entrevista decidirá si el perfil del candidato es el óptimo para su organización.

5. Criterios para la distribución del alumnado entre el profesorado responsable del seguimiento.

De las labores de seguimiento del módulo de FCT, se encargarán los tutores docentes del centro educativo.

Tendrá atribución docente en los módulos de FCT, el profesorado que imparta docencia este ciclo, conforme a lo establecido en normativa que regula los Títulos, y que esté adscrito a alguna de las especialidades de la familia profesional a la que pertenece este ciclo formativo. Este seguimiento será atribuido, preferentemente, entre el profesorado que imparta clase en 2º curso, del ciclo correspondiente.

Como en el caso anterior, la asignación de alumnos a empresas y tutores se hará por acuerdo de departamento, previo a la formalización de los convenios de colaboración. Esta designación será posteriormente comunicada la Dirección del Centro.

Distribución del profesorado.

Para realizar esta tarea se tendrá en cuenta lo siguiente:

1. Acuerdo de los profesores del departamento para realizar el seguimiento, en caso de no llegar a este acuerdo se aplicarán los siguientes puntos.
2. Que el número de alumnos asignados a cada profesor, será proporcional al número de horas de docencia impartidas por el mismo en el grupo.
3. La dispersión geográfica, de forma que, a mayores desplazamientos, menor número de alumnos.
4. Que cuando el alumnado participe en acciones de movilidad transnacional, se nombrará un profesor responsable de realizar las gestiones inherentes a la movilidad, la preparación, el seguimiento y evaluación del módulo de FCT. El profesor será designado por la Dirección del centro, de entre los miembros del departamento que muestren interés.
5. En caso de no haber acuerdo el Jefe de Departamento informará a la Dirección del Centro para que realice la asignación de tutores.

6. Plan de seguimiento previsto para comprobar la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo.

Durante el primer trimestre las horas dedicadas por cada profesor o profesora al seguimiento del módulo profesional de formación en centros de trabajo, no podrá exceder las tres horas semanales y deben quedar reflejadas dentro de su horario regular (Art. 12.2 BOJA 20-10-2011).

El calendario de visitas establecido en el plan de seguimiento deberá contemplar un mínimo de tres visitas de seguimiento que permita comprobar la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo, distribuidas a lo largo del periodo en el que el alumnado cursa el módulo de formación en centros de trabajo.

7. Plan de seguimiento del módulo.

El seguimiento del alumnado en el módulo de FCT requerirá de 4 visitas:

1. Primera visita. Presentación y entrevista al alumnado en el centro de trabajo. Realizada por el tutor docente.
2. Visita inicial, unos días después del comienzo.
3. Visita de seguimiento. Realizada aproximadamente, cuando se hayan realizado aproximadamente un 50% del total de horas del módulo.
4. Visita de evaluación. Aquí se recabará la información pertinente del tutor.

Antes del inicio del módulo de FCT, el tutor docente, elaborará un programa formativo individualizado concretando los puntos que aparecen mencionados en este apartado, y que deberá consensuarse con la persona que ejerza la tutoría del alumno en el centro de trabajo

8. Competencias profesionales que se completen o desarrollen en este módulo.

Este módulo va a contribuir a alcanzar la competencia general del ciclo consistente en gestionar las operaciones comerciales de compraventa y distribución de productos y servicios, y organizar la implantación y animación de espacios comerciales según criterios de calidad, seguridad y prevención de riesgos, aplicando la normativa vigente.

Como también completará la adquisición de las competencias profesionales, personales y sociales de este título que son las que se relacionan a continuación:

- Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.

- b) Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing, analizando las variables de marketing mix para conseguir los objetivos comerciales definidos por la empresa.
- c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.
- d) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados, aplicando técnicas estadísticas, y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing.
- e) Organizar y supervisar la implantación de espacios comerciales y el montaje de escaparates, definiendo las especificaciones de diseño y materiales, para conseguir transmitir la imagen de espacio comercial definida que atraiga a los clientes potenciales y lograr los objetivos comerciales establecidos.
- f) Organizar y controlar la implantación de productos y/o servicios y el desarrollo de acciones promocionales en espacios comerciales, determinando el surtido y las líneas de actuación de campañas promocionales para conseguir los objetivos comerciales establecidos.
- g) Elaborar el plan de ventas y gestionar la comercialización y venta de productos y/o servicios y la atención al cliente, aplicando las técnicas de venta y negociación adecuadas a cada canal de comercialización, para conseguir los objetivos establecidos en el plan de marketing y lograr la satisfacción y fidelización del cliente.
- h) Gestionar la fuerza de ventas, realizando la selección, formación, motivación y remuneración de los vendedores, definiendo las estrategias y líneas de actuación comercial y organizando y supervisando los medios técnicos y humanos para alcanzar los objetivos de ventas.
- i) Realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías en los planes de producción y de distribución, asegurando la cantidad, calidad, lugar y plazos para cumplir con los objetivos establecidos por la organización y/o clientes.
- j) Organizar el almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su integridad y el aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con los procedimientos establecidos.
- k) Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.
- l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.

p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

q) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.

r) 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.

9. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han 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.

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 relacionales 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.

3. Organiza la implantación de los productos/servicios en los espacios comerciales, controlando las acciones promocionales y el montaje de escaparates.

Criterios de evaluación:

a) Se ha determinado la amplitud y profundidad del surtido de productos, para alcanzar los objetivos comerciales establecidos.

b) Se han colocado los productos o servicios en los lineales, siguiendo criterios de rentabilidad e imagen.

c) Se han implantado acciones promocionales en el punto de venta, aplicando las técnicas de merchandising adecuadas.

d) Se han dispuesto los elementos que forman parte del escaparate virtual, respetando la fisonomía del escaparate físico y la imagen corporativa de la empresa.

e) Se han seleccionado los elementos del interior y del exterior del establecimiento comercial para alcanzar la imagen y los objetivos deseados.

f) Se han definido las especificaciones del escaparate comercial a fin de atraer al cliente potencial.

g) Se ha organizado el montaje del escaparate de acuerdo con el proyecto establecido y el presupuesto

disponible.

4. Participa en el diseño, aplicación y seguimiento de las políticas de marketing de la empresa, analizando la información disponible en el SIM, la obtenida de la red de ventas y los estudios comerciales realizados.

Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado estudios comerciales de interés para la empresa, con vistas a su entrada en nuevos mercados interiores o exteriores.
- b) Se ha seleccionado la forma más adecuada de entrada en un mercado, analizando los factores que definen la estructura de los canales de distribución.
- c) Se han seleccionado las acciones de promoción comercial más adecuadas, analizando las alternativas de comunicación comercial disponibles.
- d) Se han analizado las variables del marketing-mix las tendencias y la evolución del mercado, para mejorar el posicionamiento del producto o servicio, la fidelización de los clientes y el incremento de las ventas.
- e) Se han elaborado informes, con las herramientas informáticas necesarias, sobre los productos o servicios para adecuarlos a las necesidades de los clientes y a la definición de la política de producto.
- f) Se han elaborado informes, con las herramientas informáticas necesarias, sobre los precios adecuados del producto o servicio, analizando los costes, la competencia y las estrategias comerciales en la política de precios.
- g) Se han elaborado informes, con las herramientas informáticas necesarias, sobre la forma y canal de distribución comercial adecuados al producto o servicio para la toma de decisiones en la política de distribución.
- h) Se han elaborado informes, con las herramientas informáticas necesarias, sobre acciones de publicidad y promoción, para la toma de decisiones en la política de comunicación.
- i) Se ha realizado el seguimiento del plan de marketing para detectar las desviaciones producidas en los objetivos definidos.

5. Colabora en el lanzamiento e implantación de productos/servicios en el mercado, participando en la gestión de ventas y distribución a través de canales tradicionales y/o electrónicos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha organizado la información disponible del plan de marketing, del informe del producto o servicio, de la red de venta y de los datos de los clientes, para el lanzamiento e implantación de un producto o servicio en el mercado.
- b) Se han definido acciones de marketing y promoción para lanzar y prolongar la existencia de productos y servicios, reforzando la imagen de marca frente a la competencia.
- c) Se ha coordinado la implantación del producto o servicio en la red de ventas, aplicando las técnicas de merchandising y estrategias de promoción establecidas
- d) Se han realizado acciones de venta de productos o servicios, aplicando técnicas de venta y negociación adecuadas.
- e) Se han atendido y resuelto las reclamaciones presentadas por los clientes o usuarios
- f) Se han gestionado los procesos de seguimiento y los servicios postventa según los criterios establecidos por la empresa.
- g) Se ha utilizado Internet como soporte publicitario de la empresa y de sus productos.
- h) Se han realizado ventas electrónicas de los productos a través de la tienda virtual.

6. Define las estrategias comerciales que han de seguirse, gestionando la fuerza de ventas y coordinando a los comerciales.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha obtenido información relativa a las actividades de venta para fijar el plan de actuación comercial de la empresa.
- b) Se han elaborado informes a partir de los datos de los clientes, los vendedores, la competencia, el producto y de otros factores, para facilitar la toma de decisiones sobre estrategias comerciales.
- c) Se han organizado los datos y la información obtenida, utilizando aplicaciones informáticas que permiten presentar los resultados en forma de gráficos y diagramas.
- d) Se han detectado nuevas oportunidades de negocio calculando tasas, tendencias y cuotas de mercado.
- e) Se han organizado los recursos humanos y técnicos necesarios para desarrollar el plan de ventas.
- f) Se ha informado al equipo de comerciales sobre las estrategias, tácticas y comportamientos que han de seguirse para favorecer el cumplimiento de los objetivos del plan de ventas.
- g) Se han establecido sistemas de seguimiento y control de la actividad del equipo comercial.
- h) Se ha supervisado el cumplimiento de los objetivos y cuotas de venta del equipo comercial para adoptar posibles medidas correctoras.

7. Desarrolla tareas de organización, gestión y verificación en los procesos de aprovisionamiento y almacenaje de mercancías, garantizando la integridad de las mismas y la optimización de espacios y medios disponibles.

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido las necesidades de compra de materiales y productos, evitando la aparición de problemas de desabastecimiento.
- b) Se han elaborado órdenes de compra de materiales, indicando el momento y destino en el almacén.
- c) Se han seleccionado los proveedores y se han negociado las condiciones de la compra.
- d) Se han gestionado los stocks del almacén, asegurando su aprovisionamiento y expedición.
- e) Se han valorado económicamente las existencias del almacén, aplicando los métodos de cálculo más usuales.
- f) Se ha gestionado y controlado el presupuesto del almacén, identificando desviaciones provenientes de la asignación de costes.
- g) Se han supervisado los procesos realizados en el almacén, implantando sistemas de mejora de la calidad del servicio y planes de formación/reciclaje del personal.
- h) Se han utilizado herramientas informáticas adecuadas para gestionar las compras y las existencias de productos en el almacén.

8. Participa en la gestión económica y financiera de la empresa, siguiendo las instrucciones recibidas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los organismos que informan sobre la obtención de ayudas y subvenciones públicas para la adquisición y renovación de activos.
- b) Se han identificado los instrumentos financieros y de crédito más habituales para la financiación de las inversiones y se ha gestionado la obtención de un crédito o un préstamo en una entidad financiera.

- c) Se han realizado gestiones relacionadas con el pago, cobro y financiación de la compraventa de productos y servicios.
- d) Se han elaborado y gestionado facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos vendidos o servicios prestados, aplicando las normas mercantiles y fiscales de facturación.
- e) Se han desarrollado tareas de organización, registro y archivo de la documentación generada en la empresa.
- f) Se ha interpretado la normativa y los requerimientos de emisión y recepción de facturas electrónicas y se han analizado las ventajas y beneficios que reporta la facturación electrónica.
- g) Se han calculado costes y se ha determinado la rentabilidad de las inversiones y la solvencia y eficiencia de la empresa, analizando los datos económicos y la información contable disponibles.
- h) Se ha participado en el proceso contable y fiscal de la empresa, aplicando la normativa mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable.
- i) Se han realizado las declaraciones periódicas del IVA y de los impuestos sobre beneficios, cumpliendo la legislación vigente.

10. Propuesta de actividades formativas que permitan alcanzar los resultados de aprendizaje.

Resultados de Aprendizaje	Actividades Propuestas
1. Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con la producción y comercialización de los productos que obtiene o con el tipo de servicio que presta.	CONTRIBUIR a la cultura empresarial. RELACIONAR la estructura de la empresa con la producción y comercialización de los productos que obtiene o con el tipo de servicio que presta.
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.	EJERCER la política de la empresa en relación a su puesto de trabajo. IDENTIFICAR las normas de PRL. CUMPLIR con el trabajo asignado, aplicando las normas y procedimientos. Coordinarse con el resto del equipo.
3. Organiza la implantación de los productos/servicios en los espacios comerciales, controlando las acciones promocionales y el montaje de escaparates.	IMPLANTAR Y CONTROLAR las acciones promocionales y el montaje de escaparates. PARTICIPAR en la reposición de los diferentes productos que se comercializan en la empresa.
4. Participa en el diseño, aplicación y seguimiento de las políticas de marketing de la empresa, analizando la información disponible en el SIM,	ANALIZAR la información disponible en el SIM, la obtenida de la red de ventas y los estudios comerciales realizados.

la obtenida de la red de ventas y los estudios comerciales realizados.	
5. Colabora en el lanzamiento e implantación de productos/servicios en el mercado, participando en la gestión de ventas y distribución a través de canales tradicionales y/o electrónicos.	PARTICIPAR en la gestión de ventas y distribución a través de canales tradicionales y/o electrónicos. APLICAR técnicas de merchandising y estrategias de promoción establecidas por la empresa. REALIZAR seguimiento posventa.
6. Define las estrategias comerciales que han de seguirse, gestionando la fuerza de ventas y coordinando a los comerciales.	GESTIONAR la fuerza de ventas y coordinando a los comerciales. ESTABLECER sistemas de seguimiento y control de la actividad del equipo comercial.
7. Desarrolla tareas de organización, gestión y verificación en los procesos de aprovisionamiento y almacenaje de mercancías, garantizando la integridad de las mismas y la optimización de espacios y medios disponibles.	DAR órdenes de compras utilizando medios informáticos. GESTIONAR el stock de almacén, asegurando aprovisionamiento y expedición. VALORAR las existencias de almacén.
8. Participa en la gestión económica y financiera de la empresa, siguiendo las instrucciones recibidas.	REALIZAR gestiones sobre el pago, cobro de productos, elaborando y gestionando facturas, recibos y documentos de cobros y pago.

El programa formativo, con las actividades que permitan alcanzar los resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación, identificando aquellas que por su naturaleza y las características del centro de trabajo donde se cursa el módulo, puedan entrañar un riesgo especial para el alumnado, las instalaciones o el resto de personal y, por lo tanto, sea aconsejable realizarlas bajo la supervisión del tutor laboral. Será también concretado por el tutor docente antes del inicio de la FCT.

Antes del inicio del módulo de FCT, el tutor docente, elaborará un programa formativo individualizado que deberá consensuarse con la persona que ejerza la tutoría del alumno en el centro de trabajo

11. Horas programadas distribuidas según los resultados de aprendizaje que se pueden realizar en la empresa seleccionada.

ALUMNO:

EMPRESA:

TUTOR LABORAL:

TUTOR DOCENTE:

RESULTADO DE APRENDIZAJE	HORAS
1. Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con la producción y comercialización de los productos que obtiene o con el tipo de servicio que presta.	
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.	
3. Organiza la implantación de los productos/servicios en los espacios comerciales, controlando las acciones promocionales y el montaje de escaparates.	
4. Participa en el diseño, aplicación y seguimiento de las políticas de marketing de la empresa, analizando la información disponible en el SIM, la obtenida de la red de ventas y los estudios comerciales realizados	
5. Colabora en el lanzamiento e implantación de productos/servicios en el mercado, participando en la gestión de ventas y distribución a través de canales tradicionales y/o electrónicos.	
6. Define las estrategias comerciales que han de seguirse, gestionando la fuerza de ventas y coordinando a los comerciales.	
7. Desarrolla tareas de organización, gestión y verificación en los procesos de aprovisionamiento y almacenaje de mercancías, garantizando la integridad de las mismas y la optimización de espacios y medios disponibles.	
8. Participa en la gestión económica y financiera de la empresa, siguiendo las instrucciones recibidas.	
TOTAL HORAS	350

12. Criterios en virtud de los cuales se concederá exención total o parcial por correspondencia con la experiencia laboral relacionada con los estudios profesionales respectivos.

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 formación en centros de trabajo. En el caso de contratos a tiempo parcial, los días de cotización deberán ser equivalentes a un año a tiempo completo. (Art. 22.3 BOJA 20-10-2011).

La solicitud de exención, así como la documentación acreditativa, se presentará en la secretaría del centro docente donde el alumnado se encuentre matriculado.

Sin perjuicio en lo mencionado anteriormente, se tendrán en cuenta las siguientes consideraciones:

- a) Los RRAA 1 y 2, por su carácter singular de relación con la empresa, sólo formarán parte en una exención total del módulo de FCT
- b) Los alumnos interesados deberán aportar la documentación laboral que acredite esa experiencia laboral.
- c) Sólo se recogerán las actividades propias recogidas en la vida laboral y aquellas otras que puedan tener relación con ese perfil profesional y que puedan ser acreditables con algún tipo de documentación.
- d) Para las **exenciones parciales** se tendrán en cuenta los criterios de evaluación que puedan ser susceptibles de haber sido superados a través de la experiencia laboral, considerando que ha realizado algunos de estos CEs y al haber superado la competencia a través del resto de los módulos profesionales se considera demostrada la experiencia en ese RA.
- e) Las **exenciones parciales** se realizarán por RA.
- f) Aquellos alumnos **que han realizado formación dual**, esta no podrá ser objeto de exención. En el caso de haber sido contratados en las mismas empresas realizando trabajos propios del título podrán solicitar exención parcial siempre que cuenten con otras experiencias laborales y con el tiempo suficiente para solicitar la exención.