

I.E.S. “LAS LLAMAS”

**PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA
DEL MÓDULO**

**FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO
CÓDIGO 0934**

**CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR
DE GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES**

Curso 2018-2019

MARIA PILAR MARTIN GARCIA

INTRODUCCIÓN

1. OBJETIVOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN
2. RELACIÓN Y TIPOLOGÍA DE LOS CENTROS DE TRABAJO DE FCT
3. ACTIVIDADES FORMATIVAS EN EL CENTRO DE TRABAJO
4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES
5. TEMPORALIZACIÓN

6. ENFOQUES DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS
7. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE
8. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
9. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

10. CONCRECIÓN DE PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS ACORDADOS Y
APROBADOS, RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DEL CURRÍCULO

11. EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DE LA PROGRAMACIÓN Y DE LA PRÁCTICA

12. CRITERIOS EN VIRTUD DE LOS CUALES SE CONCEDERÁ LA EXENCIÓN DEL MÓDULO

INTRODUCCIÓN:

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

Este Módulo de 410 horas se encuadra dentro del Ciclo formativo correspondiente al Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, aparece regulado en el *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 fija sus enseñanzas mínimas.*

Los aspectos fundamentales del módulo se encuentran recogidos en la **ORDEN ECD/92/2013, de 14 agosto**, por la que se establece el currículo del ciclo formativo de Grado Superior correspondiente al título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

La Orden ECD/29/2017, de 21 de marzo, que regula el módulo profesional de formación en centros de trabajo y el módulo proyecto para alumnos matriculados en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

La Formación en Centros de Trabajo (FCT) es un módulo profesional obligatorio que va a permitir a los alumnos conocer la realidad de la empresa y adquirir su primera práctica laboral dentro de su perfil. Esa vinculación real con la empresa favorece el conocimiento del mundo laboral y da como resultado un porcentaje de incorporación de los recién titulados al mercado de trabajo en las propias empresas en las que realizaron el módulo de Formación en Centros de Trabajo.

1. OBJETIVOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los objetivos enunciados en forma de resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación, son los que siguen:

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

RA 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 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 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.

RA 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.

RA 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.

RA 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.

RA 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.

RA 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.

RA 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.

2. RELACIÓN Y TIPOLOGÍA DE LOS CENTROS DE TRABAJO DE FCT

El módulo de FCT se realiza en las empresas con las que el centro educativo tiene acuerdo de colaboración. Las empresas seleccionadas serán aquellas en las que este profesional pueda ejercer su actividad en el sector del comercio, la logística y la publicidad.

Algunas de ellas, por haberse suscrito acuerdos con anterioridad, están recogidas en la plataforma Yedra y a lo largo del curso se suscribirán nuevos acuerdos con las empresas e instituciones más adecuadas al perfil del ciclo

Como ejemplo pondré alguna de las muchas empresas con las que colaboramos desde hace muchos años :

Teka

Global steel wire (GSW)

BSH

Forum

Decathlon

Orbitalia

Mediamarkt

El Corte Ingles

Cortefiel

Y muchas más.....

También diferentes empresas en Irlanda, Reino Unido, Polonia, Alemania para alumnos que realizan la FCT dentro del programa Erasmus+.

3. ACTIVIDADES FORMATIVAS EN EL CENTRO DE TRABAJO

• **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.

• **GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA:**

- Realización de la diferente documentación administrativa y financiera de la empresa.
- Gestión del proceso contable y fiscal en la empresa.

• **MARKETING Y ATENCIÓN AL CLIENTE:**

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

- Aplicación de técnicas informáticas.
 - Tipología de los clientes.
 - Identificación de necesidades.
 - Gestión de reclamaciones.
 - Información sobre el servicio.
- **ALMACÉN:**
 - Análisis de espacios y distribución interna.
 - Valoración de existencias.
 - Control de embalajes.
 - Seguridad e higiene en el almacén.
 - Devolución de pedidos.
 - Aplicaciones informáticas.
- **ADMINISTRACIÓN:**
 - Trámites y revisión de permisos/documentación.
 - Normativa reguladora de operaciones de transporte.
 - Gestión de la documentación requerida en el tráfico nacional/internacional.
 - Elaboración de albaranes y facturas.
 - Seguros.
 - Aplicaciones informáticas.
- **PLANIFICACIÓN**
 - Recursos humanos y materiales.
 - Seguridad vial.
 - Rutas, itinerarios y horarios.
 - Previsión de recursos humanos y materiales.
 - Asignación de cargas.
 - Elaboración de informes.

4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

Competencia general.

La competencia general de este título consiste 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.

Competencias profesionales, personales y sociales.

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

a) 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.

5. TEMPORALIZACIÓN

La Formación en Centros de Trabajo se desarrollará de forma ordinaria durante el curso escolar de marzo a junio, aunque se puede autorizar la realización en periodos extraordinarios y periodos no lectivos. (**Artículo 5** de la orden ECD/29/2017). Este periodo de prácticas en empresas tiene una duración de 410 horas.

6. ENFOQUES DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS.

La realización del módulo lleva implícito la elaboración previa de un programa formativo (modelo FCT3) que deberá recoger el conjunto detallado de actividades formativas a desarrollar en el centro de trabajo, ordenadas secuencialmente, que permitan alcanzar los resultados de aprendizaje, así como obtener los criterios de evaluación necesarios para completar la competencia propia del título.

Deberá concertarse con la empresa o entidad de forma que se asegure y garantice tanto su utilidad como su cumplimiento y evaluación, siendo cumplimentado por el profesor tutor y concertado con el tutor responsable del centro de trabajo.

7. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Para el control y valoración de estas actividades formativas se utilizará la Hoja Semanal del Alumno siguiendo el modelo del Anexo IX(modelo FCT5), que se facilitará a cada alumno y en la que se recogerán las actividades realizadas en el centro de trabajo y el tiempo empleado en las mismas, siendo responsabilidad del profesor encargado del seguimiento, su correcta cumplimentación. Estas fichas semanales de seguimiento serán supervisadas por el tutor en la empresa y el profesor responsable del seguimiento.

La evaluación del módulo profesional de FCT se realizará teniendo en cuenta, además de la información recogida en la Hoja Semanal del Alumno y en las visitas de seguimiento realizadas, el informe de seguimiento y evaluación emitido por el tutor en la empresa, siguiendo el modelo del anexo VIII (modelo FCT4).

8. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

La evaluación del módulo profesional de FCT tendrá por objeto determinar que quien lo cursa ha adquirido la competencia general del título, a partir de la superación de los resultados de aprendizaje del módulo profesional y se calificará como apto o no apto.

9. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

Para el desarrollo del proceso de enseñanza se precisará del equipamiento propio de la empresa o entidad en que el alumnado realice la FCT.

10. CONCRECIÓN DE PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS ACORDADOS Y APROBADOS, RELACIONADOS CON EL DESARROLLO DEL CURRÍCULO

El centro tiene suscrito la Carta Erasmus+, por lo que dispone de la posibilidad de realizar la FCT en empresas fuera de España, ubicadas en la UE.

Será el responsable del programa en el centro quien gestione la documentación general para que el centro siga formando parte del programa.

Por su parte, el tutor de FCT será quien:

- Informe al alumnado, en la reunión de inicio de curso, de los requisitos necesarios para participar en el programa incluida la prueba de nivel de idioma y, en su caso, el acceso al curso previo a la movilidad.
- Resuelva las dudas que el alumnado tenga en cuestiones relativas al programa.
- Realice la tramitación y gestión de la documentación propia de la participación del alumnado en el programa.

11. EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DE LA PROGRAMACIÓN Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE

Los elementos sometidos a evaluación serán los siguientes:

- Idoneidad de las empresas y entidades seleccionadas para la realización del módulo profesional.
- Idoneidad de los tutores de empresa.
- Adecuación de los alumnos al puesto asignado para la realización del módulo.
- Adecuación de los criterios de evaluación y calificación.

Los periodos en que se realizará tal evaluación será:

1. Visitas del alumnado al centro escolar y del profesor al centro de trabajo
2. En las reuniones de coordinación del equipo docente del grupo.
3. En las sesiones de evaluación.

12. CRITERIOS EN VIRTUD DE LOS CUALES SE CONCEDERÁ LA EXENCIÓN TOTAL O PARCIAL DEL MÓDULO

El módulo profesional de FCT será susceptible de exención por su correspondencia con la experiencia laboral. También podrá obtenerse la exención del módulo de FCT con actividades de trabajo voluntario, según los términos establecidos en el artículo 12.1, apartado 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 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.

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.

El equipo docente del ciclo formativo, tras el análisis de la documentación aportada, emitirá un informe que deberá expresar la propuesta de conceder la exención total o parcial del mismo. Esta propuesta deberá realizarse a la vista de los resultados de aprendizaje del módulo profesional de FCT que deben tenerse adquiridos y de acuerdo con los criterios de exención recogidos en la programación del módulo profesional. 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.

Corresponde al director del centro docente sostenido con fondos públicos 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.

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».