

**Programación Didáctica del módulo:
0934 Formación en Centros de
Trabajo**

**2º Curso CFGS Gestión de Ventas y Espacios
Comerciales.**

2023_2024

**Departamento Comercio y Marketing
I.E.S. Las Llamas**

Profesora: Mario Rebollar Sainz.

Índice

1. Introducción	3
1.1. Identificación del título.	3
1.2. Competencias del título.	3
1.2.1. Competencia general	3
1.2.2. Competencias profesionales, personales y sociales	3
1.3. Cualificaciones y unidades de competencia.	5
1.4. Objetivos generales del ciclo formativo	6
1.5. Entorno profesional.....	8
2. Consideraciones sobre el Módulo PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO.	9
2.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del Módulo.	10
3. CONTENIDOS.....	14
4. Actividades formativas que permitan alcanzar los Resultados de Aprendizaje y los Criterios de Evaluación.	18
5. Relación y tipología de los centros de trabajo.....	19
6. Distribución temporal.....	19
7. enfoques didácticos y metodológicos.....	20
7.1. Plan de seguimiento individualizado.....	20
7.1.1. Régimen de visitas al centro de trabajo.	20
7.1.2. Tutorías en el centro educativo.....	21
8. Evaluación	21
8. Instrumentos de evaluación	21
9. Criterios de calificación.....	22
9.1. Recuperaciones	22
10. Exención del módulo FCT	23
11. Materiales y recursos didácticos	23
12. Planes, programas y proyectos	23
13. FCT – Dual	24

1. INTRODUCCIÓN

El Ciclo Formativo de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales se encuentra regulado por 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 fijan sus enseñanzas mínimas, por la Orden ECD/92/2013, de 14 de agosto del Gobierno de Cantabria, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Por su parte, el módulo profesional Formación en Centros de Trabajo contribuye a completar las competencias y objetivos generales, propios de este título, que se han alcanzado en el centro educativo o a desarrollar competencias características difíciles de conseguir en el mismo.

El módulo profesional de FCT se realiza al final del ciclo formativo, una vez superada todos los demás módulos, a excepción del proyecto, y tiene una duración de 410 horas.

Viene regulado por la Orden ECD/29/2017, de 21 de marzo, y por la Orden EDC/12/2018 de 16 de febrero, en la que se establece la ordenación, organización, realización y desarrollo del módulo en los ciclos formativos de Formación Profesional de Grado Superior.

1.1. Identificación del título.

El título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

Nivel: Formación Profesional de Grado Superior. Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing.

Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-5b. Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior: Nivel 1 Técnico Superior.

1.2. Competencias del título.

1.2.1. 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.

1.2.2. 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.

1.3. Cualificaciones y unidades de competencia.

Las cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título son las siguientes:

1. Cualificación profesional completa:

Implantación y animación de espacios comerciales COM158_3 (Real Decreto 1087/2005, de 16 de septiembre), que comprende las siguientes unidades de competencia:

UC0501_3: Establecer la implantación de espacios comerciales.

UC0502_3: Organizar la implantación de productos/servicios en la superficie de venta.

UC0503_3: Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.

UC0504_3: Organizar y supervisar el montaje de escaparates en el establecimiento comercial.

2. Cualificaciones profesionales incompletas:

a) Gestión comercial de ventas COM314_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

UC1000_3: Obtener y procesar la información necesaria para la definición de estrategias y actuaciones comerciales.

UC1001_3: Gestionar la fuerza de ventas y coordinar el equipo de comerciales.

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

UC0503_3: Organizar y controlar las acciones promocionales en espacios comerciales.

b) Gestión de marketing y comunicación (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre): UC2185_3: Asistir en la definición y seguimiento de las políticas y plan de marketing.

c) Asistencia a la investigación de mercados COM312_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

UC0993_3: Preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados.

UC0997_3: Colaborar en el análisis y obtención de conclusiones a partir de la investigación de mercados.

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

UC1014_3: Organizar el almacén de acuerdo a los criterios y niveles de actividad previstos.

UC1015_2: Gestionar y coordinar las operaciones del almacén.

e) Gestión y control del aprovisionamiento COM315_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero):

UC1003_3: Colaborar en la elaboración del plan de aprovisionamiento. UC1004_3: Realizar el seguimiento y control del programa de aprovisionamiento.

f) Gestión comercial y financiera del transporte por carretera COM442_3 (RD 1550/2011, de 31 de octubre):

UC2183_3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.

1.4. Objetivos generales del ciclo formativo

El módulo FCT contribuye a completar todos los objetivos generales definidos para el ciclo formativo:

a) Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras, para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.

b) Elaborar informes de base y briefings, analizando y definiendo las diferentes estrategias comerciales de las variables de marketing mix, para asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.

- c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.
- d) Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.
- e) Elaborar informes comerciales, analizando la información obtenida del mercado mediante la aplicación de técnicas estadísticas, para establecer un sistema de información de marketing eficaz (SIM).
- f) Determinar los elementos exteriores e interiores que permitan conseguir la imagen y los objetivos comerciales deseados, para organizar y supervisar la implantación de espacios comerciales.
- g) Definir las especificaciones de diseño y materiales que consigan transmitir la imagen corporativa de la empresa o de la marca, para organizar y supervisar el montaje de escaparates de espacios comerciales.
- h) Determinar la amplitud y profundidad del surtido y su ubicación en la superficie de venta, asignando recursos materiales y humanos según criterios de eficacia, para organizar y controlar la implantación de productos y/o servicios.
- i) Determinar el plan de campañas promocionales, seleccionando y formando recursos humanos, para organizar y controlar el desarrollo de acciones promocionales en espacios comerciales.
- j) Definir los argumentarios de venta y las líneas de actuación comercial, analizando la información procedente de los clientes, la red de ventas, el briefing del producto y el sistema de información de mercados, para elaborar el plan de ventas.
- k) Negociar y cerrar contratos de compraventa con clientes, utilizando técnicas de venta adecuadas y prestando al cliente un servicio de calidad, para gestionar la comercialización y venta de productos y/o servicios y la atención al cliente.
- l) Dimensionar el equipo de ventas, fijando los criterios de selección, formación, motivación y remuneración de los vendedores, liderando y organizando al equipo y estableciendo las medidas de seguimiento y control de su actuación comercial, para gestionar la fuerza de ventas.
- m) Analizar las necesidades de materiales y de recursos necesarios en los planes de producción y distribución y programar los flujos de materiales y productos ajustándose a los objetivos, plazos y calidad del proceso para realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías.
- n) Analizar los procesos de almacenaje y los métodos de gestión de stocks aplicables en la organización de un almacén, valorando la distribución interna y el sistema de manipulación de las mercancías y aplicando la normativa vigente en materia de seguridad e higiene, garantizando su integridad y optimizando los recursos disponibles, para organizar el almacenaje de las mercancías.

- ñ) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, proveedores, organismos públicos, banca nacional e internacional y demás operadores que intervienen en las actividades comerciales.
- o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
- p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.
- u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».
- v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.
- w) 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.
- x) 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.

1.5. 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.

2. CONSIDERACIONES SOBRE EL MÓDULO PROFESIONAL DE FORMACIÓN EN CENTRO DE TRABAJO.

Módulo Profesional: Formación en Centro de Trabajo.

Equivalencia en créditos ECTS: 22

Código: 0934

Duración: 410 horas.

Este módulo profesional de Formación en centro de trabajo (FCT), 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.

La formación del módulo contribuye a alcanzar todos los objetivos generales del ciclo formativo detallados en el apartado 1.4 de esta programación.

2.1. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del Módulo.

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.

3. CONTENIDOS

Los contenidos para la Comunidad Autónoma de Cantabria, vienen establecidos en la Orden ECD/92/2013, de 14 de agosto, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título en la Comunidad Autónoma de Cantabria

1. Identificación de la estructura y organización empresarial:

- Estructura y organización empresarial del sector de la gestión de ventas y espacios comerciales. Actividad de la empresa y su ubicación en el sector de la gestión de ventas y espacios comerciales. Organigrama de la empresa.
- Relación funcional entre departamentos.
- Organigrama logístico de la empresa.
- Proveedores, clientes y canales de comercialización.
- Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa.
- Sistemas y métodos de trabajo.

- Recursos humanos en la empresa: requisitos de formación y de competencias profesionales, personales y sociales asociadas a los diferentes puestos de trabajo.
- Sistema de calidad establecido en el centro de trabajo.
- Sistema de seguridad establecido en el centro de trabajo.

2. Aplicación de hábitos éticos y laborales:

- Actitudes personales: empatía y puntualidad.
- Actitudes profesionales: orden, limpieza, responsabilidad y seguridad.
- Actitudes ante la prevención de riesgos laborales y ambientales.
- Jerarquía en la empresa.
- Comunicación con el equipo de trabajo.
- Documentación de las actividades profesionales: métodos de clasificación, codificación, renovación y eliminación.
- Reconocimiento y aplicación de las normas internas de la empresa, instrucciones de trabajo, procedimientos normalizados de trabajo y otros.

3. Organización de la implantación de los productos/servicios en los espacios comerciales:

Determinación de la dimensión del surtido de productos, definiendo su posicionamiento estratégico.
Procedimientos de implantación del surtido de productos en los lineales.

- Optimización de las operaciones de mantenimiento y reposición.
- Distribución y organización del espacio comercial.
- Selección de los elementos interiores y exteriores del espacio comercial.
- Acciones promocionales en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising.
- Control de la eficiencia de las acciones promocionales.
- Selección y formación del personal de promoción en el punto de venta.
- Diseño de distintos tipos de escaparates.
- Organización del montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.

4. Participación en el diseño, aplicación y seguimiento de las políticas de marketing de la empresa:

- Estudio de las variables del mercado y del entorno de la empresa.
- Configuración de un sistema de información de marketing (SIM).
- Localización de las fuentes de información.
- Métodos y técnicas aplicables para la obtención de los datos.
- Definición de la política del producto/servicio, adecuándolo a las necesidades y perfil de los clientes. Definición de la política de precios.
- Selección de la forma y canal de distribución adecuados para el producto/servicio.
- Acciones de comunicación más adecuadas para lanzar nuevos productos/servicios o prolongar su permanencia en el mercado.

- Construcción de páginas webs.
- Diseño del plan de marketing digital.
- Definición de la política de comercio electrónico de la empresa para efectuar ventas online.

5. Colaboración en el lanzamiento e implantación de productos/servicios en el mercado:

- Sistemas de información para el lanzamiento de productos/servicios.
- Realización de acciones de marketing y promoción para el lanzamiento de un producto o servicio. Realización de acciones para prolongar la permanencia de un producto, reforzar su posicionamiento y su imagen de marca frente a la competencia.
- Elaboración del argumentario de ventas del producto/servicio.
- Presentación del producto/servicio en la red de ventas.
- Supervisión del lanzamiento e implantación del producto/servicio en el mercado.
- Elaboración del plan de ventas.
- Proceso de negociación y venta del producto/servicio.
- Gestión del servicio postventa y de las relaciones con los clientes.

6. Definición de las estrategias comerciales que han de seguirse:

- Determinación de la estructura organizativa y del tamaño del equipo comercial.
- Determinación de los puestos de trabajo y del perfil de los vendedores o comerciales.
- Asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial.
- Planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de los equipos comerciales.
- Elaboración de sistemas de motivación y remuneración de los vendedores.
- Realización de acciones para la gestión de conflictos en el equipo de comerciales.
- Sistemas de evaluación y control de los resultados de ventas y de la actuación del equipo comercial.

7. Desarrollo de tareas de organización, gestión y verificación en los procesos de aprovisionamiento y almacenaje de mercancías:

- Política de aprovisionamiento. Previsión de la demanda y plan de ventas.
- Plan de producción.
- El ciclo de aprovisionamiento.
- Planificación de stocks.
- Nivel de servicio y stock de seguridad.
- Tamaño óptimo de los pedidos.
- El punto de pedido.
- Gestión de compras.
- Petición de ofertas y pliego de condiciones.
- Selección/evaluación de proveedores.
- Análisis comparativo de ofertas de proveedores.
- Técnicas de negociación.

- Seguimiento del pedido.
- Recepción, identificación y verificación. Control de salidas.
- Elaboración de presupuestos.
- Cálculo de costes directos e indirectos.
- Optimización de costes.
- Control de costes.
- Gestión y control de pedidos.
- Control de inventarios.
- Localización y seguimiento de las mercancías.
- Entrada, ubicación y salida.
- Logística inversa.
- Mercancías retornadas. Devolución, reutilización o reciclado de mercancías. Recogida de envases retornables.
- Control de procesos y actividades del aprovisionamiento y el almacén.
- Implantación de sistemas de calidad.
- Resolución de imprevistos, incidencias y reclamaciones.
- Servicio de atención al cliente.

8. Participación en la gestión económica y financiera de la empresa:

- Constitución y puesta en marcha de la empresa.
- Forma jurídica.
- Financiación de la empresa.
- Fuentes de financiación propias y ajenas.
- Financiación a corto y largo plazo. Subvenciones oficiales.
- Gestión de inversiones.
- Gestión de compras y alquiler.
- Contratación.
- Elaboración de presupuestos.
- Facturación.
- Gestión de cobros y pagos.
- Contabilidad y fiscalidad.
- Elaboración de las cuentas anuales.
- Cálculo del resultado de la empresa.
- Los impuestos directos e indirectos.
- Cumplimentación de declaraciones de IVA, IRPF e Impuesto sobre Sociedades.
- Análisis económico y financiero de la empresa. Cálculo de ratios. Punto muerto o umbral de rentabilidad. Flujos de tesorería. Registro y archivo de la documentación.

4. 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.

- 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.

5. RELACIÓN Y TIPOLOGÍA DE LOS CENTROS DE TRABAJO.

El módulo profesional FCT se realizará en empresas o entidades cuyas actividades estén relacionadas con el ciclo formativo y que, con carácter general, desarrollen su actividad en Cantabria.

Algunas de estas empresas, con las que existe suscrito acuerdo de colaboración son las siguientes:

- Teka
- Global steel wire (GSW)
- BSH
- Forum
- Decathlon
- Orbialia
- Mediamarkt
- El Corte Ingles
- Cortefiel

Además se podrán suscribir convenios de colaboración con nuevas empresas siempre que se consideren idóneas para los alumnos/as.

6. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL

El Módulo profesional de FCT tiene una duración de **410 horas** de estancia en el centro de trabajo.

- Con **carácter ordinario** se desarrollará tras la primera evaluación final, en el tercer trimestre del segundo curso y, según las instrucciones de inicio de curso para el 2023-2024, la realización del módulo de FCT en el periodo ordinario para los ciclos formativos de 2000 horas no comenzará antes del 20 de marzo de 2024.
- Se considera **período extraordinario** los dos primeros trimestres del curso siguiente al que se hubiera permitido la promoción al módulo FCT.
- Con carácter general la realización del módulo profesional será en los días lectivos de lunes a viernes en el horario general de la empresa para el resto de trabajadores de su perfil profesional, excepto en horario nocturno.
- El **horario** del módulo profesional FCT será como máximo igual al horario laboral del centro de trabajo, no pudiéndose superar en ningún caso la duración máxima de 8 horas diarias y 40 semanales.

7. ENFOQUES DIDÁCTICOS Y METODOLÓGICOS.

El módulo profesional de FCT se realiza en un centro de trabajo donde el alumno debe seguir las instrucciones de su tutor en el mismo, cumpliendo con el programa formativo.

El Programa Formativo será individualizado y elaborado según el modelo FCT3, e incluye:

- Resultados de aprendizaje.
- Criterios de evaluación
- Actividades formativas.

Las actividades formativas deberán contener el conjunto detallado de actividades a desarrollar en el centro de trabajo, que permitan alcanzar los resultados de aprendizaje, así como obtener los criterios de evaluación necesario para completar la competencia propia del título.

Para valorar el seguimiento del alumnado se concreta un Plan de Seguimiento individualizado que incluye visitas del profesor-tutor al centro de trabajo y visitas del alumno al centro educativo.

7.1. Plan de seguimiento individualizado.

7.1.1. Régimen de visitas al centro de trabajo.

Por un lado, el tutor realizará visitas quincenales de seguimiento al centro de trabajo para hablar personalmente con el tutor responsable de cada alumno/a.

Se realizarán al menos tres visitas a lo largo del período:

- Visita de seguimiento 1 en la que se comprueba la adaptación del alumno/a a la empresa y a su puesto, y la idoneidad de las condiciones de trabajo.
- Visita de seguimiento 2.
- Visita de seguimiento 3 en la que además se realiza la evaluación del módulo.

7.1.2. Tutorías en el centro educativo

Además, el alumnado debe acudir al Centro Educativo cada quince días para la jornada de tutoría colectiva con el tutor educativo, no coincidiendo con la semana de visita del tutor, según el calendario de tutorías que se dará a conocer al inicio del período.

En las tutorías colectivas se pone en común las actividades realizadas, las dificultades en su realización y la entrega de las hojas de seguimiento semanal.

8. EVALUACIÓN

Según se recoge en la orden [Orden EDU/66/2010](#) de evaluación y acreditación en las enseñanzas de Formación Profesional, la evaluación tendrá por objeto valorar la evolución del alumnado en relación con la competencia general del título, con los objetivos generales del ciclo formativo, la autonomía de trabajo adquirida, la madurez personal y profesional alcanzada, la colaboración con otras personas, la realización del trabajo en condiciones de seguridad y salud, así como la implicación y disposición en su propio aprendizaje.

La evaluación del módulo profesional de FCT tendrá por objeto determinar que el alumno que 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.

El alumno dispondrá de un máximo de dos convocatorias para la superación del módulo profesional de FCT.

8. 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.

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.

9. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Una vez realizado el módulo profesional de FCT, se celebrará la evaluación correspondiente conforme a lo regulado en la normativa vigente sobre evaluación de ciclos formativos, y valorando los instrumentos de evaluación anteriormente descritos.

La calificación del módulo de FCT es **Apto o No Apto.**

9.1. Recuperaciones.

En el caso de que la calificación obtenida por el alumnado sea No Apto, tendrá que cursar de nuevo el módulo.

10. EXENCIÓN DEL MÓDULO FCT

El módulo profesional FCT será susceptible de exención por correspondencia con la experiencia laboral y/o trabajos voluntarios según se establece en el artículo 12.1 apartado c del R.D. 1224/2009 de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral.

Además, en el capítulo III de la Orden ECD/29/2017, de 21 de marzo, que regula el módulo profesional de FCT, se regula la exención del módulo:

- El módulo profesional de FCT será susceptible de exención por su correspondencia con la experiencia laboral. También podrá obtenerse exención del módulo con actividades de trabajo voluntario, en los términos establecidos en el RD 1224/2009 de 17 de julio.
- La exención podrá ser **total o parcial**, dependiendo de la correspondencia que haya entre la experiencia acreditada y lo resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.
- 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.

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 criterios de evaluación del módulo.

En caso necesario, el equipo docente del ciclo formativo podrá recabar por escrito a los interesados cuanta información complementaria considere conveniente.

Según el tipo de exención la resolución observará lo siguiente:

- Exención total: Se anotará en la correspondiente acta de evaluación con la calificación «Exento».
- 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».

11. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

El módulo FCT será realizado en la empresa asignada a cada alumno, por lo que dispondrá de los recursos proporcionados por la empresa para el desarrollo de las actividades programadas.

12. PLANES, PROGRAMAS Y PROYECTOS.

Programa Erasmus +

A través del programa Erasmus + se pretende que los alumnos de Formación Profesional de Grado Superior realicen prácticas en centros de trabajo en Europa, al tiempo que cursan el módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo, y obtengan el reconocimiento y la acreditación de toda la formación con el objetivo de:

- Mejorar sus actitudes, sus aptitudes lingüísticas y culturales y sus competencias profesionales, así como sus competencias transversales relativas a las nuevas tecnologías.
- Aumentar su motivación, mediante el aprendizaje en alternancia con el trabajo en otro país, con vistas a aumentar las posibilidades de empleo y a facilitar la inserción profesional.
- Crear unas condiciones adecuadas, en los diferentes entornos, especialmente en el lugar de trabajo.
- Conseguir una formación con validez de reconocimiento en Europa.

El centro tiene suscrito la Carta Erasmus + por lo que dispone de la posibilidad de realizar la FCT en empresas de un país de la Unión Europea.

El periodo de solicitud, así como los requisitos previos y toda la información relativa a las mismas se incluyen en una orden de convocatoria que publica cada año la Consejería de Educación, Cultura y Deporte.

<https://www.educantabria.es/programa-erasmus/informacion-del-programa.html>

13. FCT – DUAL

Atendiendo a la Orden ECD/69/2018 de 19 de junio por la que se modifica la ECD/20/2017 de 23 de febrero, que regula el Desarrollo de Proyectos de Formación Profesional Dual del sistema educativo en la comunidad autónoma de Cantabria, desde el IES las Llamas se plantea desde el curso 2022-2023 el desarrollo de un proyecto de FCT Dual con las siguientes características:

Modalidad: “Formación con participación de la empresa”

Programa formativo: el mismo que el actual de la FCT

Alumnado: Son elegibles para este proyecto alumnos de 2º curso.

Duración: la duración total de la estancia en la empresa será como mínimo del 33% del total de las horas de formación del título correspondiente.

En ningún caso la suma de las horas de formación sobrepasará las 40/h semanales. En el primer y Segundo trimestre el alumno no podrá por tanto superar una jornada de 10 horas semanales en la empresa, realizando en el tercer trimestre la carga total horaria correspondiente a la FCT (410 horas).

Alta en la seguridad social: La empresa deberá dar de alta al alumno participante en el programa en la Seguridad social. RD1493/2011 de 24 de octubre. 100 % bonificada.

