Castilla-La Mancha

IES ALDEBARÁN
FUENSALIDA

MÓDULO

FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO

Ciclo Formativo de Grado Medio.
ACTIVIDADES COMERCIALES

CURSO ACADÉMICO 2023-2024.
Departamento de Comercio y Marketing.

PROFESOR: MAR MARTIN LINDE.

ÍNDICE:

1.-INTRODUCCIÓN

2.-OBJETIVOS Y PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

3.-DURACIÓN

4.-PERÍODO DE REALIZACIÓN

5.-REQUISITOS PARA EL ACCESO AL MÓDULO

6.-RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

7.-CONTENIDOS Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

8.- ROTACIÓN POR DISTINTOS CENTROS DE TRABAJO

9.- METODOLOGÍA: SEGUIMIENTO Y PERIODICIDAD

10.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

11.- ACTIVIDADES Y PERÍODOS DE RECUPERACIÓN

12.- POSIBLES CENTROS DE TRABAJO DONDE SE REALIZARÁ LA FCT

.

1.- INTRODUCCIÓN:

El Ciclo Formativo de Técnico en Actividades Comerciales, está enmarcado en la Familia Profesional de Comercio y Marketing.

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

La programación, que se expone a continuación, y la correspondiente adaptación que se considere deben alcanzar los objetivos marcados para el módulo en:

- Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico en Actividades Comerciales y se fijan sus enseñanzas mínimas.
- Decreto 50/2014, de 26/07/2012, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.

1.1.- ANÁLISIS DEL ENTORNO:

El I.E.S. Aldebarán se ubica en la localidad de Fuensalida, Toledo, situada en el norte de la provincia con una población de 11 785 habitantes. Posee diversas fábricas dedicadas a la elaboración y distribución de calzado, contando con un centro tecnológico especializado para dicho sector (ASIDCAT) y de muebles de madera tradicionales de la provincia de Toledo. Las tierras circundantes son ricas en olivares, con una almazara productora de aceite de oliva virgen en el propio pueblo, y en viñas, con varias bodegas y cooperativas vitivinícolas pertenecientes a la Denominación de origen Méntrida. Tiene un sector comercial importante basado principalmente en la industria del calzado por lo que se justifica la existencia del ciclo.
El alumnado tiene un amplio componente inmigrante, pero al ser segundas y terceras generaciones no existen prácticamente problemas de adaptación.

2.- OBJETIVOS Y PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO:

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:
a) Recabar las iniciativas emprendedoras y buscar las oportunidades de creación de pequeños negocios comerciales al por menor, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos para realizar

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

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

OBJETIVOS DIDÁCTICOS DEL MÓDULO DE F.C.T.:

Las finalidades del módulo profesional de F.C.T., son las siguientes:

a) Complementar la adquisición por los alumnos de las competencias profesionales conseguida en el centro educativo, mediante la realización de un conjunto de actividades de formación identificadas entre las actividades productivas del centro de trabajo.

b) Contribuir al logro de las finalidades generales de la formación profesional (adquirir la competencia profesional característica de este título y una identidad y madurez profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones al cambio de cualificaciones).
c) Evaluar los aspectos más relevantes de la competencia profesional adquirida por el alumnado y, en particular, acreditar aquellos aspectos de la competencia requerida en el empleo que no puede comprobarse en el centro docente por exigir situaciones reales de producción.
d) Adquirir el conocimiento de la organización productiva correspondiente al perfil profesional y el sistema de relaciones socio-laborales del centro de trabajo, a fin de facilitar su futura inserción profesional.

PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

Este módulo profesional contribuye a completar las competencias de este título 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.

3.- DURACIÓN:

La duración del módulo de la FCT para este Ciclo Formativo, que viene establecida en el **Decreto 50/2014, de 03/07/2014, por el que se establece el currículo del ciclo formativo de grado medio correspondiente al Título de Técnico en Actividades Comerciales en la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha,** es de 400 horas.

4.- PERÍODO DE REALIZACIÓN:

Con carácter general, las actividades programadas del módulo profesional de FCT se realizarán, una vez que en el propio Centro Educativo, hayan sido evaluados y superados todos los módulos profesionales del Ciclo Formativo.

La realización de La Formación en Centros de Trabajo, se estima que comience a finales de marzo y finalice en el mes de Junio.

La duración de las estancias diarias de los alumnos en el Centro de Trabajo será igual o cercana al horario laboral de la entidad colaboradora, sin que en ningún caso pueda sobrepasar las ocho horas diarias, ni las cuarenta semanales, teniendo en cuenta que no se podrán realizar las prácticas en días no lectivos, si con anterioridad no se procede a la solicitud de la realización de las mismas en periodo extraordinario.

5.- REQUISITOS PARA EL ACCESO AL MÓDULO:

El alumno cursará el módulo de Formación en Centros de Trabajo cuando haya superado todos los módulos restantes correspondientes a esta titulación.

Con carácter excepcional, a decisión del equipo docente del ciclo, podrán acceder al módulo de FCT los alumnos que tengan pendientes de superar módulos de primero o segundo cuya carga horaria anual establecida en el currículo, en conjunto, no supere 200 horas. En este caso, el equipo docente valorará individualmente para cada alumno el grado de adquisición de la competencia general del título, de los objetivos generales del ciclo formativo, las posibilidades de recuperación de los módulos no superados y el aprovechamiento que pueda hacer del módulo de FCT. El profesor tutor elaborará un informe según el modelo establecido en el Anexo VII de la **Orden de 29/07/2010, de la Consejería de Educación, Ciencia y Cultura, por la que se regula la evaluación, promoción y acreditación académica del alumnado de formación profesional inicial del sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha** en el que pondrá de manifiesto las razones excepcionales expuestas por el equipo docente, en relación a la decisión adoptada.

En cualquier caso, el proceso de evaluación de este módulo se ajustará a lo establecido en **Orden de 29/07/2010, de la Consejería de Educación, Ciencia y Cultura, por la que se regula la evaluación, promoción y acreditación académica del alumnado de formación profesional inicial del sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha.**

6.- 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 y con el tipo de servicio que presta.

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

g) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

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

Criterios de evaluación:
a) Se han reconocido y justificado:
- La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo.
- Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.
- Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.
- Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.
- Las actitudes relacionadas con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.
- Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.
- Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.
b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.
c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.
d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.
e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.
f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado, interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.
g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.
h) Se ha coordinado con el resto del equipo, comunicando las incidencias relevantes que se presenten.
i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.
j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

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

Criterios de evaluación:

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

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

Criterios de evaluación:
a) Se han realizado previsiones de compra de mercaderías, mediante hojas de cálculo u otro software apropiado, con suficiente antelación para asegurar el abastecimiento de la tienda.
b) Se han valorado distintas ofertas de proveedores que determinen la más ventajosa para la tienda, estableciendo en su caso un proceso de comunicación y negociación.
c) Se ha tramitado la documentación generada en el proceso de abastecimiento de mercaderías.
d) Se han verificado la recepción de pedidos, informatizándolos para facilitar su posterior gestión de stocks.
e) Se han realizado tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, teniendo en cuenta sus características.
f) Se han manejado aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes.
g) Se ha utilizado el terminal punto de venta para realizar la gestión de stocks del establecimiento comercial.
h) Se ha calculado la rentabilidad de productos o servicios del surtido de la tienda, valorando la posibilidad de retirar o incluir nuevos productos o servicios.

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

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

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

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

7. Lleva a cabo tareas de dinamización del establecimiento comercial, aplicando técnicas adecuadas y utilizando los medios disponibles.
Criterios de evaluación:
a) Se han dispuesto diferentes elementos del mobiliario de la tienda de forma que contribuyan a conseguir los objetivos comerciales.
b) Se han realizado informes que mejoren la fluidez de la circulación de los clientes por el establecimiento comercial para que permanezcan más tiempo en su interior.
c) Se han colocado las referencias en el lineal, siguiendo planogramas de implantación y reposición de productos.

d) Se ha analizado la variación en las ventas que se producen al variar de posición los productos en el lineal.
e) Se han elaborado elementos de cartelería para animar el establecimiento comercial mediante rotulación tradicional o con medios informáticos.
f) Se han montado elementos decorativos en el establecimiento comercial, siguiendo criterios comerciales y de seguridad y prevención de riesgos laborales.
g) Se han realizado escaparates acordes al momento comercial, valorando posteriormente el impacto producido en los clientes.
h) Se han realizado acciones promocionales adecuadas a los objetivos comerciales, evaluando los resultados obtenidos.

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

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

7.- CONTENIDOS Y ACTIVIDADES FORMATIVAS:

Los mismos desarrollados a lo largo de las FCT en la empresa correspondiente y que figura en el programa formativo.

8.- ROTACIÓN POR DISTINTOS CENTROS DE TRABAJO:

Al existir empresas que realizan actividades específicas y diversas, que coinciden con las capacidades del módulo, no consideramos necesario que los alumnos efectúen rotaciones por varias empresas.

9.- METODOLOGÍA: SEGUIMIENTO Y PERIODICIDAD:

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

El seguimiento del alumnado por parte del Tutor de la FCT, se realizará con una periodicidad quincenal, a través de la Ficha de seguimiento del Programa Formativo. Este seguimiento culminará con la evaluación del alumnado, que será el proceso mediante el cual se califica su grado de adquisición de las capacidades (objetivos) de la FCT.

En la evaluación del alumnado de este módulo de FCT colaborará el tutor designado por el centro de trabajo durante su período de estancia en el mismo. Esta colaboración en la evaluación se expresará en dos formas:
A. Hoja de seguimiento semanal. En dicha hoja se realizará el seguimiento y evaluación individual del alumno por parte del profesor-Tutor y el tutor del Centro de trabajo
B. Informe de evaluación individual, que será tenido en cuenta en la calificación del módulo por parte del profesor-tutor.

10.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:

La evaluación del módulo de FCT tiene, también, por objetivo las competencias profesionales y por ello debe entenderse el proceso orientado a conseguir suficiente evidencia de realizaciones y/o resultados profesionales que permita juzgar o inferir la competencia profesional del alumnado. Por tanto, los métodos de evaluación de este módulo deben ser orientados a obtener evidencia de haber alcanzado dichas competencias.

La calificación del módulo de FCT será de:
APTO/A o NO APTO/A.

11.- ACTIVIDADES Y PERÍODOS DE RECUPERACIÓN:

En el supuesto que el alumno obtenga la calificación de NO APTO/A, deberá cursar de nuevo la FCT, en la misma u otra entidad colaboradora, con objeto de superar aquellos Resultados de Aprendizaje que hayan quedado pendientes.

12.- POSIBLES CENTROS DE TRABAJO DONDE SE REALIZARÁ LA FCT:

Tenemos varias empresas concertadas, en las que se ha venido realizando año tras año la FCT de los alumnos de este Ciclo Formativo.

El tipo de empresa que se establece para la realización de estas prácticas, debe ser principalmente del Sector Terciario, que realicen una actividad relacionada con las capacidades y resultados de aprendizaje de los alumnos que accedan a estos Centros de trabajo.