

Módulo 13: Formación en Centros de Trabajo

Módulo profesional:	Formación en Centros de Trabajo
Código:	1013
Ciclo formativo:	Marketing y Publicidad
Grado:	Superior
Familia Profesional:	Comercio y <i>Marketing</i>
Duración:	380 horas
Curso:	2º
Especialidad del profesorado:	Organización y Gestión Comercial (Profesora o Profesor de Enseñanza Secundaria) Procesos Comerciales (Profesora Técnica o Profesor Técnico de Formación Profesional)
Tipo de módulo:	Asociado al perfil profesional

A.- Objetivos generales que se alcanzan con este módulo:

Según establece el artículo 25 del *Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo* y el artículo 3 del Anexo I de la *RESOLUCION de 22 de febrero de 2006 de la Consejería de Educación y Ciencia, por la que se aprueban las instrucciones para regular el desarrollo, la organización, la ordenación y la evaluación del módulo de Formación en Centros de Trabajo de los ciclos formativos de la Formación Profesional Específica* .

Los objetivos del módulo de FCT, son los siguientes:

1. Complementar la adquisición por el alumnado de la competencia profesional conseguida en el centro docente mediante la realización de un conjunto de actividades de formación identificadas entre las actividades productivas del centro de trabajo.
2. Contribuir a la adquisición de la competencia profesional característica de cada título, y a una identidad y madurez profesional motivadora de futuros aprendizajes y adaptaciones al cambio de cualificaciones.

3. 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 y expresada en el perfil de cada título, que no puede comprobarse en el centro docente por exigir situaciones reales de producción.
4. 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

B- Duración: -

La duración del módulo de FCT será de 380 horas y el período de realización será según establece en la disposición decima del Anexo I de la citada Resolución los ciclos formativos de 2.000 horas de duración, con cinco trimestres en el centro docente y un trimestre en el centro de trabajo, el módulo profesional de FCT se desarrollará durante el período de abril a junio.

Quienes no hubieran superado el módulo de FCT tras la realización del período ordinario o no la hubieran realizado en dicho período, y cumplan los requisitos de acceso establecidos, dispondrán de un período extraordinario en las fechas siguientes:

- d) En los ciclos formativos de 2000 horas de duración, con cinco trimestres en el centro docente y un trimestre en el centro de trabajo, de septiembre a diciembre del curso siguiente.

C.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

1. Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas 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 relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.
- d) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.
- e) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- f) 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 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 comunicación y promoción comercial más adecuadas, evaluando las alternativas disponibles.
- d) Se han analizado las variables del marketing-mix, las tendencias y la evolución del mercado, para mejorar el posicionamiento del producto/servicio, la fidelización de la clientela y el incremento de las ventas.
- e) Se han elaborado informes sobre los productos o servicios, para adecuarlos a las necesidades de la clientela y a la definición de la política de producto.
- f) Se han elaborado informes sobre los precios adecuados al producto o servicio, analizando los costes, la competencia y las estrategias comerciales en la política de precios.

- g) Se han elaborado informes sobre la forma y el canal de distribución comercial más adecuados al producto o servicio, para la toma de decisiones en la política de distribución.
- h) Se han elaborado informes 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.

4. 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, de informe del producto o servicio, de la red de venta y de los datos de la clientela, 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 de promoción establecidas.
- d) Se han realizado acciones de prospección de la clientela, incorporando a la base de datos la relación de la potencial clientela.
- e) Se ha elaborado el argumentario de ventas y se han realizado acciones de venta de productos o servicios, aplicando técnicas de venta y negociación adecuadas.
- f) Se han atendido y resuelto las reclamaciones presentadas por las personas clientes o usuarias.
- g) Se han gestionado los procesos de seguimiento y los servicios postventa y de atención a la clientela, según criterios establecidos por la empresa.
- h) Se ha utilizado Internet como soporte publicitario de la empresa y de sus productos.
- i) Se han realizado ventas electrónicas de los productos a través de la tienda virtual.

5. Colabora en la planificación y desarrollo de estudios de mercados, obteniendo, analizando y presentando la información necesaria para la investigación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han determinado las necesidades de información de la empresa, definiendo las fuentes de información internas y externas y las técnicas de análisis y organización de los datos.
- b) Se ha participado en la elaboración del plan de investigación, estableciendo el tipo de estudio, los objetivos, la información que hay que obtener, las fuentes de datos y los instrumentos para la obtención de los mismos, así como las técnicas de análisis y el presupuesto necesario.
- c) Se ha obtenido información secundaria de las fuentes de información internas y externas, online y offline, organizando los datos obtenidos de acuerdo con las especificaciones recibidas.
- d) Se ha colaborado en la planificación del trabajo de campo, la elaboración de los cuestionarios, el cuaderno de trabajo y la hoja de ruta de las personas encuestadoras/entrevistadoras para la realización de encuestas/entrevistas.
- e) Se ha obtenido información primaria mediante encuestas, interpretando el cuestionario, la guía de trabajo y las instrucciones recibidas.
- f) Se ha analizado la información obtenida aplicando técnicas estadísticas y se han elaborado informes con los resultados, presentando los datos en forma de tablas estadísticas y acompañados de las representaciones gráficas adecuadas.
- g) Se ha incorporado la información obtenida a la base de datos adecuada, que permita la recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.
- h) Se han gestionado bases de datos relacionales, manejando con precisión las utilidades de la aplicación, para realizar consultas, editar, procesar, archivar y mantener la integridad y confidencialidad de la información.

6. Colabora en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes de comunicación y en la elaboración de materiales publipromocionales e informativos, siguiendo las instrucciones recibidas.

Criterios de evaluación:

- a) Se han recopilado referencias y datos relevantes de diferentes fuentes de información, necesarios para organizar el plan de medios publicitarios.
- b) Se han combinado de forma óptima los soportes de comunicación que hay que utilizar en la elaboración del plan de medios publicitarios.
- c) Se ha realizado el seguimiento y control de la ejecución del plan de medios publicitarios.
- d) Se ha realizado la digitalización de la información sobre noticias aparecidas en medios y soportes de comunicación que afectan al sector productivo de la empresa.
- e) Se han seleccionado los contenidos, textos e imágenes necesarios para la elaboración de materiales de comunicación y marketing, utilizando técnicas de comunicación persuasiva y respetando la normativa vigente y la identidad corporativa.
- f) Se han elaborado materiales publipromocionales e informativos, utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de diseño y edición.
- g) Se han realizado acciones de difusión de materiales publipromocionales e informativos, de acuerdo con el plan de difusión de la empresa.
- h) Se han utilizado las principales herramientas publicitarias en Internet, para llevar a cabo acciones de carácter publipromocional e informativo.

7. 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 disponible.
- 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, respetando la legislación vigente.

8. Participa en el desarrollo de la política de relaciones públicas de la empresa y en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación, siguiendo los criterios y protocolo establecidos.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha colaborado en la planificación y organización de diferentes acciones de comunicación y relaciones públicas de la empresa.
- b) Se han determinado los espacios, instalaciones y servicios que se requieren para la celebración de los eventos de marketing y comunicación que se llevan a cabo en la empresa.
- c) Se ha contactado con distintos proveedores de eventos y acciones de marketing y comunicación, para solicitar ofertas y condiciones de prestación de servicios.
- d) Se han evaluado ofertas de diferentes proveedores según criterios de precio, calidad y servicio, seleccionando la más conveniente para la empresa.

- e) Se ha utilizado la vestimenta y comportamiento adecuados en los actos y eventos oficiales, aplicando técnicas de comunicación verbal y no verbal según pautas y protocolos definidos.
- f) Se han detectado y solucionado a tiempo los errores surgidos en la programación y desarrollo de un evento o acto de comunicación protocolario.
- g) Se han elaborado cuestionarios para medir el grado de satisfacción de las personas asistentes a un evento de marketing y comunicación.
- h) Se ha redactado un informe de evaluación de resultados de un evento o acto de comunicación, a partir de las respuestas a cuestionarios de evaluación del público asistente al mismo.

Orientaciones pedagógicas.

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

D.- ACCESO AL MÓDULO

El acceso tendrá lugar siempre que haya alcanzado un determinado nivel de competencias profesionales en los demás módulos profesionales y podrá producirse:

- a) Cuando el alumno o la alumna hayan alcanzado la evaluación positiva en todos los módulos profesionales, exceptuando el módulo profesional de proyecto correspondiente a los ciclos formativos de grado superior.
- b) Cuando el alumno o la alumna tenga un solo módulo profesional pendiente de superación, y siempre que no se trate de un

módulo profesional asociado a unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

C) Los módulos asociados a unidades de competencia son:

Escaparatismo y diseño de espacios comerciales.

Gestión de productos y promociones en el punto de venta.

Organización de equipos de ventas

Técnicas de venta y negociación.

Políticas de marketing.

Logística de almacenamiento.

Logística de aprovisionamiento.

Gestión económica y financiera de la empresa

Investigación comercial.

E.- CRITERIOS ESPECIFICOS DE CALIFICACIÓN DEL MÓDULO DE FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO

La incorporación del alumno o de la alumna al módulo profesional de Formación en centros de trabajo, tendrá lugar siempre que haya alcanzado un determinado nivel de competencias profesionales en los demás módulos profesionales y podrá producirse:

- a) Cuando el alumno o la alumna hayan alcanzado la evaluación positiva en todos los módulos profesionales, exceptuando el módulo profesional de proyecto correspondiente en el ciclo formativo de grado superior.
- b) Cuando el alumno o la alumna tenga un solo módulo profesional pendiente de superación, y siempre que no se trate de un módulo profesional asociado a unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales.

La realización del módulo profesional de Formación en centros de trabajo se llevará a cabo en dos períodos anuales distintos:

- a) Primer período anual: se desarrollará en el tercer trimestre del año académico en que se realice el segundo curso de los ciclos formativos.
- b) Segundo período anual: se desarrollará en el primer trimestre del año académico siguiente al que se hubiera realizado el primer período anual.

El convenio de colaboración suscrito entre la Empresa y el Centro Educativo, se podrá rescindir para un determinado alumno o grupo de alumnos por cualquiera de las partes firmantes y ser excluido de su participación en el convenio de colaboración por decisión unilateral del centro docente, de la empresa o institución colaboradora o conjunta de ambas en los siguientes casos:

a) Por faltas de asistencia : La suma de horas de faltas justificadas y no deberá superar el 10% del total (38 horas) , las faltas no justificadas no podrán superar el 2% del total (7.5 horas). Se consideran justificadas las faltas por enfermedad o deber inexcusable de carácter público o privado. La justificación deberá estar debidamente acreditada y será valorada por el profesor Tutor.

b) Por actitud incorrecta o falta de aprovechamiento, previa audiencia al interesado.

En cualquiera de los casos la calificación del módulo de FCT, será NO APTO.

F.- EXENCIONES EN EL MÓDULO FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO (FCT).

Para la exención total o parcial del módulo de Formación en centros de trabajo se estará a lo dispuesto en los artículos 49 y 50 del Real Decreto 1538/2006, de 15 de diciembre.

PROCEDIMIENTO PARA LA EXENCIÓN DE LA FCT

- 1.- Matriculación previa del alumno o alumna en el centro educativo.
- 2.- Solicitud, debidamente cumplimentada, dirigida a la Dirección del centro educativo, aportando la siguiente documentación:
- 3.- Acreditación de tener experiencia laboral de al menos un año a tiempo completo relacionada con el ciclo formativo que se cursa, que se justificará aportando de manera acumulativa los siguientes documentos:
Certificación de la Tesorería General de la Seguridad Social o de la Mutuality Laboral a la que estuviera afiliado o afiliada, donde conste la empresa, la categoría laboral, el grupo de cotización y el periodo de contratación, o en su caso, el período de cotización en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos, o en su defecto, de cualquier otro medio de prueba admitido en derecho.
Certificación de la empresa donde haya adquirido la experiencia laboral, en la que conste específicamente la duración del contrato, las actividades desarrolladas y el período de tiempo en el que se ha realizado la actividad. En

el caso de trabajadores o trabajadoras por cuenta propia, certificación de alta en el censo de obligados tributarios, con una antigüedad mínima de un año, así como la declaración del interesado o interesada de las actividades más representativas.

4. La solicitud de exención se formalizará al menos veinte días lectivos antes del inicio de las actividades programadas para el módulo de Formación en centros de trabajo. En el supuesto de que el interesado o la interesada no aportara la documentación que se indica en el apartado anterior, se procederá a requerírsela de acuerdo con el artículo 71, sobre subsanación y mejora de solicitudes, de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, sobre Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común.

5. El Director o la Directora, resolverá sobre la concesión o no de la exención total o parcial, previo informe del equipo educativo del ciclo formativo del Departamento "comercio y marketing", emitido tras el análisis de la documentación aportada y a la vista de los criterios establecidos al efecto en la concreción curricular del ciclo formativo correspondiente.

6. El acuerdo de concesión o no de la exención total o parcial se comunicará fehacientemente por escrito a la persona solicitante.

7. Una vez concedida la exención se procederá a registrar ésta en el expediente académico del alumno o alumna a efectos de certificación académica y una copia del acuerdo de concesión de la exención total o parcial se adjuntará al citado expediente académico.

8. En cualquier caso la decisión de titulación sólo podrá adoptarse en una sesión de evaluación fin de ciclo.

G.- SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

1. A los efectos de las presentes instrucciones, se entiende por evaluación del alumnado el proceso mediante el Cual se califica su grado de adquisición de las capacidades terminales del módulo de FCT

2. La evaluación del módulo de FCT será continua, realizándose durante todo el proceso formativo correspondiente, y tiene por objeto conocer la competencia profesional adquirida y por ello debe entenderse el proceso orientado a conseguir suficientes evidencias de realizaciones o resultados profesionales para valorar la competencia profesional del alumnado. Por tanto, los métodos de evaluación de este módulo deben ser orientados a obtener evidencias de dichas competencias.

3. La evaluación del alumnado de este módulo de FCT será realizada por el tutor o la tutora del centro docente, teniendo en cuenta las aportaciones realizadas por el tutor o la tutora del centro de trabajo, empresa o entidad colaboradora. Esta colaboración en la evaluación se expresará de dos formas:

- a) Durante el período de realización de la FCT, a través de la hoja de seguimiento semanal de las actividades del alumnado (anexo V), y de las aportaciones realizadas por el tutor o la tutora del centro de trabajo, empresa o entidad colaboradora.
- b) Al final del proceso, mediante la valoración de cada uno de los apartados representados en la PSV. Si la formación del alumnado hubiera tenido lugar en varias empresas, estos apartados serán valorados correspondientemente por cada uno de los tutores y tutoras implicados.

4. El profesorado responsable de la tutoría del alumnado establecerá un sistema de seguimiento del desarrollo del módulo de FCT que incorpore un régimen de visitas para mantener entrevistas con los tutores o tutoras del centro de trabajo, observar directamente las actividades que el alumnado realiza en el mismo y registrar su propio seguimiento. Además, el profesorado podrá establecer otros procedimientos de seguimiento y evaluación que contemplen el uso de distintas tecnologías de la información y la comunicación. En cualquier caso, los sistemas, procedimientos y métodos que se pretendan utilizar para la aplicación de la evaluación continua figurarán en la Programación Didáctica del módulo de FCT.

5. Los instrumentos de evaluación y seguimiento del módulo de FCT serán:

- a) La “Ficha individual PSV del alumno o alumna”.
- b) La “Hoja de seguimiento semanal del alumno o la alumna”.
- c) Cualquier otro que el profesorado responsable de la tutoría considere necesarios, entre los que se podrían incluir los informes obtenidos de las reuniones mantenidas con los tutores o tutoras del centro de trabajo.

6. Cada alumno o alumna reflejará diariamente en la hoja de seguimiento semanal las tareas realizadas, de forma sucinta y fácilmente identificable, y en su caso, las dificultades que encontró para la realización de la actividad y las circunstancias que, a su juicio, las motivaron, así como cuantas observaciones considere oportunas sobre su proceso de aprendizaje en la empresa o entidad colaboradora. Dichas fichas contarán con el visto bueno semanal del tutor o la tutora de la empresa o entidad colaboradora y será supervisada por el tutor o la tutora del centro docente durante la jornada quincenal destinada a las actuaciones tutoriales en el centro docente.

7. Tras la realización del módulo de FCT se celebrará la evaluación final del ciclo, ordinaria o extraordinaria, según proceda. En dicha evaluación el equipo educativo evaluará y calificará al alumnado que haya realizado el módulo de FCT y, en su caso, el módulo presencial pendiente de superar.

- a) La evaluación ordinaria final de ciclo formativo tendrá en el mes de Junio.
- b) La evaluación extraordinaria final de ciclo formativo tendrá lugar en el mes de diciembre.

8. La calificación del módulo de FCT se expresará en los términos de Apto o No apto. En el supuesto que el alumno o la alumna obtenga la calificación de No apto, deberá cursar el módulo de FCT de nuevo. El tutor o la tutora del centro docente decidirá si debe cursarlo en la misma empresa, o le asigna una plaza formativa en otra empresa distinta, repitiendo parte o la totalidad de las actividades, según proceda.

9. Cada alumno o alumna podrá ser evaluado y calificado del módulo de FCT dos veces como máximo, entre convocatorias ordinaria y extraordinaria. Excepcionalmente, la Consejería competente en materia de educación, podrá autorizar una convocatoria de gracia para aquellos casos, en que, por motivos de enfermedad u otros casos que se consideren, no se hubiera podido superar dicho módulo de FCT en las dos convocatorias anteriores.
10. La superación de todos los módulos profesionales cursados en el centro docente, incluido el de FCT, será requisito indispensable para la obtención del correspondiente título académico.

H.- RELACION DE CENTROS DE TRABAJO DONDE SE REALIZARÁ LA FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO

Todos aquéllos incluidos en los convenios gestionados por los profesores responsables del módulo.