



**DEPARTAMENTO DE
COMERCIO Y MARKETING**

Programación Didáctica de

**FORMACIÓN CENTRO DE TRABAJO
2º ACTIVIDADES COMERCIALES**

CURSO 2018-2019

Enseñanza cofinanciada por



Fondo Social Europeo

UNIÓN EUROPEA

FSE

Índice

1.- Datos de identificación (justificación teórica)	3
2.- Contexto	4
3.- Competencia general del ciclo. Profesionales, personales y sociales.....	5
4.- Objetivos generales del ciclo	7
5.- Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación	9
6.- Objetivos generales del módulo	17
7.- Contenidos y actividades formativas	17
8.- Duración y periodo de realización.....	20
9.- Metodología y seguimiento.....	20
10.- Criterios de calificación.....	21

1.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN (JUSTIFICACIÓN TEÓRICA)

Este módulo profesional de Formación en el Centro de Trabajo está incluido en el título de Técnico en Actividades Comerciales aprobado en el Real Decreto 1688/2011 de 18 de noviembre (BOE del 27/12/11) y se establece el currículo en la Orden ECD/73/2013, de 23 de enero. Por otra parte en el RD 39/1997, de 17 de enero se establece el nivel básico de riesgos laborales que, se publica en el BOE del 31 enero del 1997.

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Actividades Comerciales.

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing.

Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-3

Los datos correspondientes al módulo profesional de Formación en el Centro de Trabajo son tal como sigue:

Nombre: **Formación en el centro de Trabajo**

Código: 1237

Profesorado: Comercio y Marketing

Profesor/a del Departamento Comercio y Marketing (Tutor/a FCT)

2.- CONTEXTO

EL ENTORNO SOCIO-ECONÓMICO:

El entorno socio-económico donde está ubicado el IES Mesa y López favorece y justifica que se impartan los diferentes ciclos de la Familia, al estar cercano al Puerto de la Luz, transitarios, consignatarias, zonas y centros comerciales como Mesa y López, Las Arenas, El Muelle... facilitando la inserción profesional del alumnado.

La ubicación del centro posibilita que las conexiones con las diferentes poblaciones de la isla sean de fácil acceso y directo desplazamiento del alumnado al centro, bien a través de transporte público o privado.

EL SECTOR SOCIO-ECONÓMICO:

La integración económica en Europa y en todo el mundo, los cambios en la estructura de los bienes de consumo, la industria y la logística y los modos avanzados de producción han tendido a aumentar los comercios exteriores y la demanda de transporte.

La situación geográfica de Canarias, hace que el comercio exterior, tanto de mercancías como de servicios, sea pieza clave en nuestra economía y por tanto habrá que dar a la logística la importancia que requiere para que nuestro mercado sea competitivo, además de ser un emplazamiento clave para los comercios internacionales entre los continentes de Europa, África y América.

Las empresas que están en Canarias deben hacer frente a un entorno cambiante acometiendo diferentes estrategias en un contexto de alta competencia. Todo ello exige contar con personal cualificado, preparado, ya que la experiencia, las destrezas, habilidades, compromiso, y por supuesto, la cualificación técnica y profesional de los Recursos Humanos, en este caso, del comercio, son fuente de ventajas competitivas para las empresas del sector.

Si tenemos en cuenta que la Logística comercial es el sistema que integra las funciones de producción, comercialización y distribución física y que el segundo sector económico en Canarias es el comercio, esto nos da una idea clara de la importancia del transporte y del comercio en ámbito internacional y nacional.

En el IES de Mesa y López se imparte la familia profesional de Comercio y Marketing, incluida en las enseñanzas de Formación Profesional Específica en Canarias.

El sector Comercio incluye a todas las empresas que llevan a cabo la tarea del intercambio de productos terminados en el ámbito de una economía. Tres son los sectores que quedan encuadrado dentro de la familia profesional: el comercio, el transporte y los servicios al consumidor.

La Formación Profesional Específica de la familia de Comercio y Marketing se divide en tres modalidades de estudios: Programas de Cualificación Profesional, Ciclo Formativo de grado medio y los Ciclos Formativos de grado superior. Todos ellos orientados y destinados para desempeñar profesiones, ocupaciones y puestos de trabajo específicos en el mundo laboral y productivo.

3.- COMPETENCIA GENERAL DEL CICLO. PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES. (ANÁLISIS DESCRIPTIVO DEL CICLO Y MÓDULO)

Competencias general del Ciclo de Actividades Comerciales

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.

Competencias profesionales, personales y sociales.

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

a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.

b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.

c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.

d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.

e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.

f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.

g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.

h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.

i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.

j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.

k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.

l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.

m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.

n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.

ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.

o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos” en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

s) 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.

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

4.- OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO Y DEL MÓDULO

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.

- o) 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.
 - p) 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.
 - q) 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.
 - r) 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.
 - s) 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.
 - t) 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.
 - u) 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.
 - v) 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.
 - w) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
 - x) 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.
 - y) 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.
 - z) 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.
- Este módulo profesional contribuye a completar los objetivos generales de este título tanto aquellos que se han alcanzado en el centro educativo, como los que son difíciles de conseguir en el mismo.

5.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	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.	<ul style="list-style-type: none">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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>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.</p>	<p>a) Se han reconocido y justificado:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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. <p>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.</p> <p>c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.</p> <p>d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.</p> <p>e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.</p> <p>f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado, interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.</p> <p>g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.</p> <p>h) Se ha coordinado con el resto del equipo, comunicando las incidencias relevantes que se presenten.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.</p> <p>j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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).

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>4. Realiza tareas de aprovisionamiento y expedición de mercaderías, utilizando el terminal punto de venta y demás medios informáticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>6. Contribuye a mantener la tienda online de la empresa, actualizando el catálogo online mediante las aplicaciones informáticas necesarias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>7. Lleva a cabo tareas de dinamización del establecimiento comercial, aplicando técnicas adecuadas y utilizando los medios disponibles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
<p>8. Informa y atiende a clientes, utilizando técnicas de comunicación adecuadas que contribuyan a mejorar la imagen de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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.

6- OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO DE FCT.

A) Complementar la adquisición por los alumnos de la competencia profesional conseguida en el Centro Educativo, mediante la realización de un conjunto de actividades de formación identificadas entre actividades productivas del Centro de Trabajo.

B) Contribuir al logro de las finalidades generales de la formación profesional (adquirir la competencia profesional característica del 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 (expresada en el perfil del título) 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 sociolaborales del Centro de Trabajo, a fin de facilitar su futura inserción profesional.

6- CONTENIDOS Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

a. Identificación de la estructura y organización empresarial:

- Estructura y organización empresarial del sector de comercio.
- Actividad de la empresa y su ubicación en el sector de comercio.
- 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.

b. Aplicación de hábitos éticos y laborales:

- Actitudes personales: empatía, 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.

c. Participación en la gestión económica y de tesorería del pequeño comercio:

- Variables económico financieras empresariales.
- Financiación de la empresa. Fuentes de financiaciones propias y ajenas. Financiación a corto y largo plazo. Subvenciones oficiales.
- Gestión de inversiones. Gestión de compras y alquiler.

- Sistemas de fijación de precios.
 - 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, IGIC e IRPF.
 - El sistema de calidad de la empresa. Bases de datos de clientes. Registro y archivo de la documentación. El marketing en la empresa comercial. El sistema de información de marketing.
- d. Realización de tareas de aprovisionamiento y expedición de mercaderías:
- Aprovisionamiento de mercaderías. Previsión de la demanda y plan de ventas. El ciclo de aprovisionamiento.
 - Selección de proveedores. Negociación con proveedores. Análisis comparativo de ofertas de proveedores.
 - Gestión de compras. Petición de ofertas y pliego de condiciones. Seguimiento del pedido. Recepción, identificación y verificación. Control de salidas. Preparación de pedidos.
 - Gestión y control de pedidos. Control de inventarios. Localización y seguimiento de las mercancías. Entrada, ubicación y salida.
 - Planificación de stocks. Nivel de servicio y stock de seguridad. Tamaño óptimo de los pedidos. El punto de pedido.
 - Control de procesos y actividades del aprovisionamiento y el almacén.
 - El terminal de punto de venta. Informatización del almacén.
 - Transporte de mercancías. Documentación de acompañamiento.
 - Resolución de imprevistos, incidencias y reclamaciones. Servicio de atención al cliente.
 - Cálculo de índices de rentabilidad del surtido. Detección de productos obsoletos y poco rentables. Nuevas oportunidades de productos.
- e. Realización de contactos comerciales con clientes utilizando técnicas de ventas:
- Análisis de la cartera de clientes. Plan de ventas personalizado. Clases de vendedores. El equipo de ventas. La planificación y preparación de la visita.
 - El proceso de decisión de compra. El comportamiento del consumidor. Necesidades del cliente. Motivaciones de compra.
 - Fases en el proceso de ventas. La demostración. Tipos de argumentación. El argumentario de ventas.
 - Elementos del contrato de compraventa. Estructura y contenido del contrato. Contratos que acompañan al de compraventa: suministros, transporte, seguro y agencia.
 - Medios de pago al contado y medios de pago diferido. La transferencia bancaria. La gestión de impagos. El cheque. El pagaré. La letra de cambio.
 - Imagen de marca de productos. La distribución selectiva. Técnicas de empaquetado. Normativa de etiquetado.
 - La promoción de inmuebles: medios y canales. La cartera de inmuebles.
 - Agentes comerciales. Técnicas de venta aplicadas al cliente industrial.
 - Concepto de telemarketing. El proceso de comunicación. La comunicación telefónica. Funcionamiento, estructura y gestión de un contact center.
- f. Contribución al mantenimiento de la tienda online de la empresa:
- Sistema operativo de gestión de ventanas (Windows). Trabajo con archivos y carpetas. Trabajo con carpetas y archivos comprimidos. Archivos e impresoras compartidos. Copia de seguridad de los datos y restauración.

- Conexión a Internet. Protocolo TCP/IP. Correo electrónico. Transferencia y gestión remota de ficheros (FTP). Búsquedas en Internet.
 - Trabajo con imágenes vectoriales y en mapa de bits. Gammas de color. Obtención de imágenes. Opciones de impresión. Utilidades de edición de gráficos.
 - El procesador de textos. La hoja de cálculo. Gestores de bases de datos. Etiquetas de correo. Factura electrónica. Banca online. Los tributos online.
- g. Realización de tareas de dinamización del establecimiento comercial:
- Técnicas de merchandising. Distribución de los pasillos. Implantación de las secciones. Comportamiento del cliente en el punto de venta.
 - Métodos de determinación del surtido. Disposición del mobiliario. Zonas y niveles del lineal. Tiempos de exposición. Los facings. Reglas de implantación.
 - Tipos de elementos de publicidad: stoppers, pancartas, displays y carteles, entre otros. Cartelería en el punto de venta.
 - El escaparate: clases de escaparates. Presupuesto de implantación del escaparate. El escaparate y la comunicación. Materiales y medios. Bocetos de escaparates.
 - Promociones dirigidas al consumidor. Productos gancho y productos estrella.
 - La publicidad en el lugar de venta. Ratios de control de eficacia de acciones promocionales.
- h. Información y atención al cliente:
- Gestión de las relaciones con clientes. Servicios de atención al cliente/consumidor/usuario. Funciones que desarrollan los contact centers en la relación con los clientes.
 - El proceso de comunicación. Tipos de comunicación. La comunicación oral. La comunicación telefónica. La comunicación no verbal. La comunicación escrita.
 - Tipos de archivos. Organización de documentos de atención al cliente. Herramientas de gestión de las relaciones con clientes (CRM). Manejo de bases de datos de clientes.
 - Derechos del consumidor. Consumidores y usuarios finales e industriales.
 - Procedimiento de recogida de las reclamaciones. Proceso de tramitación de las reclamaciones. Tratamiento al cliente ante las quejas y reclamaciones. La escucha activa. La empatía. La asertividad. La negociación en la resolución de quejas y reclamaciones.
 - Tratamiento de las anomalías. Procedimientos de evaluación y control del servicio de atención al cliente.

8.- DURACIÓN Y PERÍODO DE REALIZACIÓN

Las estancias de los alumnos en el centro de trabajo serán de 346 horas, siendo cada jornada igual al horario de la entidad colaboradora, no pudiendo sobrepasar las 8 horas diarias o 40 horas semanales. Se reservará una jornada cada quincena para la realización de la tutoría de la FCT en el Centro Docente, que no serán computadas a todos los efectos en el módulo profesional de FCT.

El período de realización será desde finales de marzo (una vez evaluado de los módulos del ciclo y se definan quién podrá acceder a la FCT) y terminarán en junio (cuando se complete las 346 horas).

9. - METODOLOGÍA y SEGUIMIENTO

La evaluación de la F.C.T., como el resto de los módulos del Ciclo Formativo, será continua, es decir se realizará durante todo el proceso formativo correspondiente. Lo cual requiere la asistencia regular del alumno al Centro de Trabajo y la realización de las actividades programadas, en el documento correspondiente (programa formativo)

La evaluación del módulo de F.C.T. tiene por objeto la evidencia de la competencia profesional del alumnado a través de los resultados de aprendizaje.

En la evaluación del alumnado colaborará el monitor designado en por el Centro de Trabajo durante su periodo de estancia en el mismo. Esta colaboración en la evaluación se expresará a lo largo de la F.C.T., a través de los informes que quincenalmente realizará con el profesor-tutor, así como el informe final de FCT

El profesor-tutor del grupo de alumnos establecerá un régimen de visitas al Centro de Trabajo, cuya periodicidad será, al menos quincenal, para mantener entrevistas con el monitor del Centro de Trabajo, observar directamente las actividades que el alumnado realiza en el mismo y registrar su seguimiento.

El profesor-tutor utilizará la ficha de seguimiento, donde reflejará fundamentalmente las actitudes del alumnado hacia el trabajo.

10.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Para la evaluación del módulo de FCT, durante el período que dure la realización de la Formación en Centros de trabajo el tutor del grupo deberá llevar a cabo un seguimiento de las actividades desarrolladas por el alumnado en la empresa. Dicho seguimiento permitirá conocer los progresos del alumnado con relación a las capacidades profesionales y al mismo tiempo, detectar y corregir posibles deficiencias de las actividades desarrolladas.

En la evaluación del módulo de FCT, se tendrán en cuenta los criterios de evaluación definidos en el programa formativo, la información recogida por el profesor-tutor de FCT a través de las empresas y la valoración de la estancia del alumno en el centro de trabajo, realizada por el tutor designado por la empresa.

La calificación del Módulo de FCT, será de **APTO o NO APTO**

Para la calificación de Apto es requisito imprescindible la asistencia regular al Centro de Trabajo. Las faltas de asistencia o puntualidad reiteradas de forma injustificada constituyen falta grave, y conllevan la calificación de NO APTO, y la extinción del concierto de colaboración para un determinado alumno, por decisión unilateral del Centro Docente o la Entidad Colaboradora.

Para la calificación se tendrán en cuenta de forma global los aspectos contemplados en el los informes a realizar en cada visita con y el informe final del módulo.

El monitor de la Entidad Colaboradora podrá asistir y participar en la sesión de evaluación del Módulo, aportando aquellos elementos que complementen o justifiquen el contenido de su informe.

Para la calificación de APTO, será necesaria una calificación positiva (dos primeras columnas) en los aspectos contemplados en la ficha de Evaluación y Calificación elaborada por el equipo educativo. Alguna puntuación negativa en las casillas de la última columna (izquierda), conlleva una calificación de NO APTO.