**PROGRAMACIÓN Formación en Centros de Trabajo. Curso 2026-27**

| | |
|---|---|
| Módulo profesional socioeconómico.<br>Duración | **FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO**<br>**Código: 0934**<br>**350 horas** |
| Grado | **SUPERIOR** |
| Ciclo Formativo | **GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES** |
| Profesorado | **Antonio Florido Cantarero**<br>**Silvia Parra Carballo**<br>**Ramón Arreza Arrabal** |
| Departamento/Familia Profesional | **COMERCIO Y MARKETING** |
| Centro de Educación Secundaria | **I.E.S. Miguel Romero Esteo** |

**Málaga, octubre de 2026**

## ÍNDICE:

1.-Análisis del entorno del centro de trabajo……..3
2.-Criterios de selección de los centros de trabajo colaboradores…..……..3
3.-Propuesta de planificación del módulo de FCT en cada uno de sus períodos……3
4.-Criterios de asignación del alumnado a los centros de trabajo……..4
5.-Relación y tipología de los centros de trabajo donde se realizará este módulo profesional ……..4
6.-El desarrollo de este módulo……4
7.-Programación del Módulo Profesional de Formación en Centros de Trabajo……..…5
8.-Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación……..……..5
9.-Orientaciones pedagógicas……10
10.-Actividades formativas y criterios de evaluación……..……10

## 1.-Análisis del entorno del centro docente.

El I.E.S. Miguel Romero Esteo, como centro de Formación Profesional, cuenta con más de 24 años de experiencia en la docencia de las especialidades de Informática, Administración y Comercio. Esta tradición garantiza el éxito en la respuesta a las necesidades del entorno mediante una continua adaptación de la realidad académica del centro a las necesidades socioeconómicas del ámbito en que se encuentra.

Nuestra oferta educativa en formación profesional está en clara sintonía con la estructura económica de la provincia en la que el sector servicios es preponderante, de tal forma que los titulados en informática, administración y comercio pueden atender las necesidades de un amplio y variado tipo de empresas.

Como elemento diferenciador, nuestro centro es el único de la provincia de Málaga que oferta el ciclo formativo de Comercio Internacional y oferta el ciclo de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales junto a otro centro situado en Cártama, I.E.S. Valle del Azahar. Por ello, la zona de influencia del Instituto, para estas profesiones, se extiende a toda la ciudad, e incluso la provincia, a la hora de atender la demanda de profesionales de estas especialidades por parte del tejido empresarial.

## 2.-Criterios de selección de los centros de trabajo colaboradores.

Para llevar a cabo la asignación de los centros de trabajo colaboradores, la jefatura de departamento tendrá en cuenta los siguientes criterios:

- Disponibilidad de la empresa para proporcionar al alumnado entornos laborales que se adapten a su perfil profesional.
- Diversidad de actividades que el alumnado podrá realizar en el puesto de trabajo, primando las que no se hayan podido desarrollar en el centro educativo debido a falta de recursos materiales, espaciales o algún otro tipo de carencia.
- Experiencias y resultados de la FCT en cursos anteriores con la empresa.
- Empleabilidad del alumnado una vez terminado el módulo de FCT.
- Cercanía del emplazamiento del centro de trabajo al instituto.
- Jornada laboral de la empresa y posibilidad de adaptación a la misma.

## 3.-Propuesta de planificación del módulo de FCT en cada uno de sus períodos.

**Criterios de distribución del alumnado entre los centros de trabajo y profesorado responsable del seguimiento del mismo**.

Como norma general, el equipo encargado de la evaluación y seguimiento de estos módulos será siempre el profesorado de 2º curso de cada ciclo con atribución docente en el currículum del Ciclo Profesional. Para la distribución de tareas y de alumnado al profesorado se usará el criterio proporcional de número de horas de docencia directa en el curso implicado.

## 4.-Criterios de asignación del alumnado a los centros de trabajo

Se tendrá en cuenta:

- Adecuación de las características personales del alumnado al puesto de trabajo.
- Valoración del expediente académico del alumnado respecto a la priorización en la asignación de la empresa.
- Experiencia profesional previa del alumnado respecto de los módulos de competencia de los ciclos.
- La cercanía del centro de trabajo al domicilio del alumnado.

## 5.-Relación y tipología de los centros de trabajo donde se realizará este módulo profesional.

En el conjunto de empresas colaboradoras, están representados todos los sectores productivos presentes en el tejido industrial de Málaga y provincia, así como por tamaños y volumen de ventas, por ello contamos con numerosas pequeñas y medianas empresas, empresas de ámbito nacional e incluso multinacional, fuertemente arraigadas en nuestra provincia.

Desde que este Ciclo Formativo viene impartiéndose en nuestro Centro, la colaboración de las empresas con la formación de nuestro alumnado ha sido cada vez mayor, lo que ha permitido sentar unos pilares fuertes donde apoyarnos para conseguir la totalidad de los objetivos planteados en nuestra programación.

Al estar situado nuestro Centro educativo en la ciudad de Málaga, sede de empresas de diferentes sectores dedicadas fundamentalmente a la actividad comercial, las necesidades formativas de los alumnos/as pueden satisfacerse, a través de la formación en estas empresas.

## 6.-El desarrollo de este módulo,

En concreto, se realizará en:

- Empresas cuya actividad económica es la Distribución comercial, ya se trate de comercio mayorista o comercio minorista.
- En comercio minorista. Se realizará fundamentalmente en empresas con establecimiento comercial.
  - ✦Tiendas tradicionales y comercios especializados.
  - ✦Autoservicio o libreservicio: Autoservicios, superservicios, supermercados, hipermercados tiendas de descuentos, tiendas de conveniencias, superficies especializadas, tiendas propias del fabricante, tiendas libres de impuestos, Factory Outlets, Concept Stores, tiendas de segunda mano, tiendas de precio único, tiendas de comercio justo.
  - ✦Preselección: grandes almacenes y almacenes populares.
- En comercio mayorista. Se realizará fundamentalmente con mayorista tradicional, mayorista de autoservicio (Cash & Carry) y mayoristas de venta a distancia.
- Otro tipo de Instituciones y entidades del sector: Cámara de Comercio, operadores logísticos, entidades financieras y de seguros, el INE y cualquier empresa especializada del sector servicios como empresas de Merchandising, Escaparatismo, Agencias de Investigación de Mercados, Agencias de Marketing, Comunicación y Tecnología, etc.

# 7.-Programación del Módulo Profesional de Formación en Centros de Trabajo. Ciclo Superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo.
Equivalencia en créditos ECTS: 22.
Código: 0934.
Duración: 350 horas

El módulo de “FORMACION EN CENTROS DE TRABAJO” , se encuentra dentro del título de "Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales” establecido por *Real Decreto 1573/2011, de 4 de noviembre, BOE número 299, Martes 13 de diciembre de 2011, y* se fijan sus enseñanzas mínimas, y los objetivos generales de las enseñanzas correspondientes al mismo y cuyo currículo se desarrolla en la Orden de 29 de Julio de 2015, BOJA 14 de Septiembre 2015.

De conformidad a esta Orden, de aplicación en todos los centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía que impartan las enseñanzas del Ciclo Formativo de Grado superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, se desarrolla, seguidamente, la programación del módulo de Formación en Centros de Trabajo en el contexto económico-social del IES Miguel Romero Esteo de la ciudad de Málaga.

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.*

## 8.-Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

La formación del módulo contribuye a alcanzar los siguientes resultados de aprendizaje recogidos en la citada Orden**:**

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 han 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 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.

j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

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.

**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.

**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.

**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.

**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.

**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.

## 9.-.Orientaciones pedagógicas.

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.

Los resultados de aprendizaje del módulo profesional susceptibles de lograrse en estos centros de trabajo se concretan en:

- Completar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas en el Centro con el fin de que los alumnos-as alcancen mejores y más ajustados niveles de cualificación profesional.
- Posibilitar la adquisición de técnicas y capacidades que requieren instalaciones, equipamientos, organizaciones y estructuras propias de centros de producción y que por su naturaleza y características no pueden darse en los Centros educativos.
- Favorecer el conocimiento de la estructura organizativa y de las relaciones laborales de los sectores productivos relativos a los estudios que cursa el alumno/a, facilitándole su transición a la vida laboral activa.
- Fomentar en los alumnos/as la autonomía, creatividad profesional y responsabilidad, para resolver cuestiones que se presentan en la realidad laboral y buscar soluciones con la necesaria independencia.
- Adaptar los conocimientos adquiridos por el alumno/a a las necesidades reales de las empresas del entorno.

## 10.-Actividades formativas y criterios de evaluación.

### A. Descripción de las actividades.

Las actividades a realizar en el centro de trabajo, de acuerdo con las limitaciones funcionales de cada empresa en cada momento, serán las establecidas en el perfil profesional antes descrito, cumpliendo siempre las siguientes características:

- Referirse a actividades reales.
- Permitir la utilización de documentación técnica real.
- Permitir la utilización de los medios e instalaciones del proceso productivo de la empresa o institución colaboradora.
- Posibilitar la integración de los alumnos/as en la estructura productiva.
- Acceder al conocimiento del sistema de relaciones laborales.
- Permitir experiencias profesionales en las distintas secciones o puestos de trabajo.

### B. **Criterios de evaluación**.

Los criterios de evaluación relacionados junto con los resultados de aprendizaje expuestos en el primer apartado de esta programación, serán observados en función a la adaptación al puesto de trabajo y la responsabilidad profesional desarrollada por el alumnado, que ha de demostrar una actitud de superación y respeto. En concreto, por la capacidad de autonomía requerida en el perfil profesional y la consecución de los resultados de aprendizaje antes referidos del presente módulo.

Para la calificación final, los dos tutores, docente y laboral realizarán una evaluación conjunta, que tendrá carácter continuo, con el resultado final definitivo de **APTO** o **NO APTO**.

## Criterios de evaluación.

El seguimiento del módulo de FCT se realizará de acuerdo a las jornadas de trabajo planteadas al alumnado en cada una de las empresas. De manera general y para cumplir con las 350 horas del módulo, se establece el comienzo del mismo en la primera quincena de marzo y la finalización durante la primera quincena de junio del mismo año, aproximadamente.

Para la modalidad Semipresencial el comienzo será en la primera semana de octubre y finalizará a mediados de diciembre, aproximadamente.

El profesorado encargado del seguimiento de la FCT realizará las siguientes visitas:

- Visita o visitas necesarias para la firma del acuerdo de colaboración.
- Visitas de seguimiento del desarrollo del módulo (mínimo tres).
- Visita final para la evaluación junto al tutor laboral.

La evaluación se llevará a cabo por parte del tutor laboral, día a día, en el desempeño de las actividades que se le confíen en el puesto de trabajo, y por parte del profesor tutor docente, a partir de las visitas y observaciones en el puesto de trabajo.

Para ello se determinarán un número mínimo de **tres visitas** durante las semanas de duración, más una primera visita de presentación y una última de valoración conj6nta entre tutor docente y tutor laboral.

En cada empresa se concretará **el diagrama-calendario** de actividades programadas, su secuenciación, y el tiempo de duración de cada actividad, de acuerdo con las funciones y organización de la empresa en ese tiempo.

Los criterios de distribución de alumnos por actividades y centros de trabajo, siguen siendo los establecidos por el Departamento de Familia Profesional.

Las jornadas laborales fijadas son 60 a 6 horas diarias hasta completar un **total de 350 horas**.

La fecha de evaluación del módulo se plantea para el 26 de junio coincidiendo con la evaluación del ciclo.

Para poder realizar todo lo programado, los profesores desde comienzos del mes de febrero y hasta el día efectivo de comienzo del acuerdo, realizarán contactos y **visitas previas** con los distintos empresarios, a fin de elaborar los perfiles de los alumnos que en cada caso se elegirán así como la concreción y firma del propio **Acuerdo** de colaboración, lo que implica **desplazamientos** hasta el domicilio fiscal de cada una de las empresas colaboradoras.

Se considera que el alumno deberá realizar la totalidad de las horas que se detalla en el programa de Formación de Centros de Trabajo en la empresa seleccionada con objeto de tener una continuidad en el proceso formativo de éste módulo.

Si por cualquier causa justificada, el alumno no pudiera realizar el total de horas del período completo, el equipo educativo valorará su caso y organizará una programación específica para él.

Málaga, 27 octubre de 2026.