

| | | | | | | |
|---|---------------------|---------|---|----------------------------|-----------------|------------|
|  | PROGRAMACIÓN | | | CURSO | 2024-2025 | |
| | Departamento | | Comercio y marketing | | | |
| | Ciclo | | Grado Superior en Marketing y Publicidad | | | |
| | Grupo | | 2COM304 | | | |
| | Módulo | | 1013. Formación en Centros de Trabajo | | | |
| | Fecha: | | 20/10/2024 | Versión: | COMPLETA | X |
| | | | | | RESUMIDA | |
| | CÓDIGO | F-09-02 | Versión 0 | FECHA REVISIÓN: 01/07/2015 | | pág.: 1/11 |

Contenido

| | |
|--|----|
| 1. OBJETIVOS GENERALES. | 2 |
| 2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN. | 2 |
| 3. ORGANIZACIÓN, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS. | 7 |
| 4. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS DE CARÁCTER GENERAL..... | 8 |
| 5. SEGUIMIENTO TUTORIAL..... | 8 |
| 6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y RECUPERACIÓN. | 9 |
| 7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS..... | 10 |
| 8. ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN Y APOYO ENCAMINADAS A LA SUPERACIÓN DEL MÓDULO. | 10 |
| 9. PLAN DE CONTINGENCIA..... | 11 |
| 10. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES. | 11 |

INDICE

La presente programación se ajusta en todos sus aspectos más significativos a lo establecido en la “ORDEN de 8 de mayo de 2014, de la Consejera de Educación, Universidad, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad para la Comunidad Autónoma de Aragón”.

1. OBJETIVOS GENERALES.

La Formación en Centros de Trabajo (FCT) tiene características especiales dentro de los ciclos formativos, ya que a diferencia del resto de módulos, no está asociado a una unidad de competencia, sino que persigue las siguientes finalidades:

- a) Complementar la adquisición por el alumnado de la competencia profesional conseguida en el centro educativo, mediante la realización de un conjunto de actividades de formación identificadas en las actividades productivas del centro de trabajo.
- b) Contribuir al logro de las finalidades generales de la formación profesional.
- c) Evaluar los aspectos más relevantes de la competencia profesional adquirida por el alumnado y, en particular, acreditar los aspectos más relevantes de la competencia requerida en el empleo que no pueden comprobarse en el centro educativo 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.
- e) Complementar la adquisición por el alumnado de la competencia profesional conseguida en el centro educativo, mediante la realización de un conjunto de actividades de formación identificadas en las actividades productivas del centro de trabajo.
- f) Contribuir al logro de las finalidades generales de la formación profesional.
- g) Evaluar los aspectos más relevantes de la competencia profesional adquirida por el alumnado y, en particular, acreditar los aspectos más relevantes de la competencia requerida en el empleo que no pueden comprobarse en el centro educativo por exigir situaciones reales de producción.

2. 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 los clientes y el incremento de las ventas.
- e) Se han elaborado informes 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 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 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 de promoción establecidas.
- d) Se han realizado acciones de prospección de clientes, incorporando a la base de datos la relación de clientes potenciales.
- 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 los clientes o usuarios.
- g) Se han gestionado los procesos de seguimiento y los servicios postventa y de atención al cliente, 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 los encuestadores/entrevistadores 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 protocolos 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 los 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.

3. ORGANIZACIÓN, SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS.

La formación en centros de trabajo se desarrollará en empresas o entidades cuyas actividades estén relacionadas con el ciclo formativo y que se describen en el artículo 7. Entorno profesional en el que el profesional va a ejercer su actividad, de la Orden de 8 de mayo de 2014.

Los técnicos superiores en marketing y publicidad pueden ejercer su actividad en empresas de cualquier sector productivo y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado, realizando funciones de planificación, organización y gestión de actividades de marketing, investigación comercial, publicidad y relaciones públicas.

Los técnicos superiores en marketing y publicidad pueden trabajar por cuenta propia gestionando su empresa y realizando actividades de comunicación y de publicidad y eventos en el ámbito público y privado, o por cuenta ajena ejerciendo su actividad en los departamentos de marketing, comunicación y gabinetes de prensa y comunicación de cualquier empresa u organización, o en empresas de comunicación, agencias de publicidad y eventos del ámbito público y privado, así como en empresas, organizaciones e institutos de investigación de mercado y opinión pública dentro de los departamentos de encuestación y/o investigación en los subsectores de:

- Industria, comercio y agricultura, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Empresas de distribución comercial mayorista y/o minorista, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Entidades financieras y de seguros, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras.
- Empresas de logística y transporte.
- Asociaciones, instituciones, organismos y organizaciones no gubernamentales (ONG).

El objetivo de la realización del módulo FCT es desarrollar las actividades formativas en empresas de estos sectores de actividad para que el alumnado pueda alcanzar los resultados de aprendizaje que les capaciten para desarrollar estas ocupaciones y puestos de trabajo en el entorno laboral potenciando de esta forma su empleabilidad e inserción laboral.

Las tareas a desarrollar por el alumnado son las que figuran en el programa formativo de la empresa en cada caso y que figurarán en el Anexo IV de la aplicación informática.

En cuanto a la ubicación, se realizará, con carácter general, en empresas que desarrollen su actividad en la Comunidad Autónoma de Aragón, preferentemente localizadas en el entorno del centro docente. Asimismo, se podrá realizar el módulo de FCT en el marco del programa de movilidad Erasmus+.

DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.

El módulo FCT se realizará, con carácter general, durante el tercer trimestre del curso porque solo realizan la formación en centros de trabajo el alumnado que ha obtenido una calificación positiva en todos los módulos correspondientes al ciclo formativo. La duración total del módulo es de 370 horas.

En el curso 2024-25 se van a realizar en el periodo ordinario, está previsto que con carácter general se desarrolle entre el 24 de marzo y el 19 de junio del 2024. No obstante, se estará a las instrucciones que se dicten desde las autoridades educativas respecto al desarrollo del módulo de FCT.

De acuerdo con RESOLUCIÓN de 16 de enero de 2017, del Director General de Planificación y

Formación Profesional, por la que se establecen instrucciones para la organización y desarrollo del módulo profesional de formación en centros de trabajo de ciclos formativos de Formación Profesional en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Aragón, *el horario del módulo profesional de FCT se adaptará al horario laboral del centro de trabajo, no pudiéndose superar en ningún caso la duración máxima de la jornada ordinaria de trabajo legalmente establecida, ni realizarse en turno de noche.*

4. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS DE CARÁCTER GENERAL.

De acuerdo con la Orden de 26 de julio de 2010, este módulo contribuye a completar las competencias propias de este título, que se han alcanzado en el centro educativo o a desarrollar competencias características difíciles de conseguir en el mismo.

El alumnado irá practicando las diferentes actividades establecidas siempre bajo la supervisión directa de su tutor/a en la empresa, para lo que previamente habrá recibido las indicaciones adecuadas para su correcta realización.

- Permitir el uso de medios e instalaciones propias del proceso productivo de la empresa.
- Permitir la utilización de medios informáticos y otros equipos complejos en aquellas actividades que también puedan ser realizadas por procedimientos manuales: procesador de textos / máquina eléctrica, contabilidad y facturación informatizadas y por procedimientos manuales, etc...
- Capacitar para la auto-organización y supervisión del propio trabajo, así como el espíritu de iniciativa.
- Posibilitar la integración del alumnado en la estructura productiva y acceder al conocimiento del sistema de relaciones laborales.
- Fomentar el orden y limpieza en la realización de las tareas, así como pulcritud en su acabado.
- Habituarse al alumnado/a la puntualidad y asistencia.

5. SEGUIMIENTO TUTORIAL.

Según la RESOLUCIÓN de 16 de enero de 2017, del Director General de Planificación y Formación Profesional, por la que se establecen instrucciones para la organización y desarrollo del módulo profesional de formación en centros de trabajo de ciclos formativos de Formación Profesional en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Aragón, para el control y valoración de estas actividades formativas se utilizará el Cuaderno de seguimiento del alumnado a través de la aplicación informática específica desarrollada para la gestión de la FCT.

Esta aplicación debe ser utilizada por cada miembro del alumnado y recogerá las actividades realizadas en el centro de trabajo y el tiempo empleado en las mismas, así como 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 hojas contarán con el visto bueno semanal del tutor de la empresa o entidad colaboradora y serán supervisadas por el profesorado tutor del centro docente durante la jornada destinada a la tutoría en el centro docente.

Se reservará un horario cada dos o tres semanas para la realización en el centro docente de actividades tutoriales relativas al desarrollo del módulo profesional de FCT, aclarar dudas y exponer posibles dificultades que puedan presentarse durante la realización de las prácticas.

Antes del inicio de las prácticas se informará al alumnado y a la empresa del calendario de tutorías presenciales del alumnado en el centro educativo.

El objeto de tutorías presenciales es valorar el desarrollo de las actividades correspondientes al programa formativo, extraer datos y conclusiones de la realización de las actividades, con especial atención a aquellos que sugieran la modificación de la programación docente, del programa formativo o que afecten a la continuidad del convenio con la empresa. En esta reunión se supervisan las hojas de seguimiento de la aplicación informática y se lleva a cabo los apoyos en el centro, si fueran necesarios. Si el alumnado está matriculado en el módulo de Proyecto, durante las tutorías presenciales también se realizará seguimiento del desarrollo del proyecto.

La mayor parte de estas reuniones se desarrollarán con todo el grupo de alumnado a la vez para favorecer el intercambio de experiencias entre el alumnado.

En el seguimiento del desarrollo de la FCT se establecerá un calendario de comunicaciones con el centro de trabajo que asegure una comunicación fluida entre el tutor de empresa y el tutor del centro y que se materializará a través del teléfono, correo electrónico, videollamadas o visitas al centro de trabajo en el horario que se haya establecido para el alumnado en su programa formativo.

6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN Y RECUPERACIÓN.

Es el proceso mediante el cual se califica el grado de consecución de los objetivos formativos alcanzados por el alumnado, mediante la aplicación de los criterios de evaluación.

La evaluación será continua, se realizará durante todo el proceso formativo correspondiente. Con ello se pretende como objetivo primordial la “Competencia Profesional” que consiste en conseguir la capacidad de realizar y obtener resultados profesionales con equipos y situaciones reales.

Al finalizar el periodo de formación en centros de trabajo, el tutor de la empresa realizará la evaluación del alumnado. Esta evaluación se realizará siguiendo el programa formativo que se ha generado con la aplicación informática. El documento deberá ser firmado y sellado por el tutor de la empresa. Cada una de las actividades se valorará con un número del 1 al 4, siendo 1 regular y 4 muy bueno.

Finalmente, en función de los resultados obtenidos, el tutor de la empresa y el tutor del centro docente darán la calificación de Apto o No apto.

Si el alumnado no obtuviese la calificación de apto deberá repetir el módulo FCT. Para la superación del módulo de FCT el alumnado dispone de dos convocatorias.

CRITERIOS PARA LA CONCESIÓN DE LA EXENCIÓN TOTAL O PARCIAL.

(Punto 18 Resolución de 16 de enero de 2017)

Para la exención total o parcial del módulo profesional de FCT se debe acreditar una experiencia laboral relacionada con el ciclo formativo correspondiente al trabajo a tiempo completo de, al menos un año, que permita demostrar que la persona solicitante tiene adquiridos los resultados de aprendizaje propios del módulo profesional de FCT. Asimismo, podrá obtenerse la exención del módulo con actividades de trabajo voluntario o de becario, según los términos establecidos en el artículo 12.1, apartado c), del Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral.

(Punto 19 Resolución de 16 de enero de 2017)

En el caso de contratos a tiempo parcial, el número equivalente de días de cotización deberá ser igual o superior a 365 días a jornada completa. Asimismo, para las actividades de trabajo voluntario o de becario se aplicarán las mismas condiciones de temporalidad.

(Punto 20 Resolución de 16 de enero de 2017)

Las exenciones parciales se concederán teniendo en cuenta los resultados de aprendizaje del módulo profesional de FCT alcanzados por la experiencia laboral previa, y el porcentaje que supone respecto a las horas totales del mismo.

(Punto 21 Resolución de 16 de enero de 2017)

La exención requerirá, además de cumplir el requisito de experiencia laboral, la matrícula previa del alumnado en el módulo profesional de FCT en un centro docente autorizado para impartir el ciclo formativo de Formación Profesional correspondiente.

(Punto 22 Resolución de 16 de enero de 2017)

La justificación de la experiencia laboral se realizará de conformidad con lo dispuesto en el artículo 12 del Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral. La solicitud de exención, que deberá realizarse de acuerdo con el modelo previsto en el anexo VI se dirigirá al Director del centro docente en el que se encuentra matriculado el alumnado y se presentará en su secretaría junto con los siguientes documentos necesarios para su justificación:

- a) Para trabajadores o trabajadoras asalariados:
 - Certificación de la Tesorería General de la Seguridad Social, del Instituto Social de la Marina o de la mutualidad a la que estuvieran afiliadas, donde conste la empresa, la categoría laboral (grupo de cotización) y el período de contratación.
 - Contrato de Trabajo o certificación de la empresa donde hayan adquirido la experiencia laboral, en la que conste específicamente la duración de los periodos de prestación del contrato, la actividad desarrollada y el intervalo de tiempo en el que se ha realizado dicha actividad.
- b) Para trabajadores o trabajadoras autónomos o por cuenta propia:
 - Certificación de la Tesorería General de la Seguridad Social o del Instituto Social de la Marina de los períodos de alta en la Seguridad Social en el régimen especial correspondiente.
 - Certificación en la que se describa la actividad desarrollada e intervalo de tiempo en el que se ha realizado la misma.
- c) Para trabajadores o trabajadoras voluntarios o becarios:
 - Certificación de la organización donde se haya prestado la asistencia en la que consten, específicamente, las actividades y funciones realizadas, el año en el que se han realizado y el número total de horas dedicadas a las mismas.

7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

Se cuenta con una aplicación informática que facilitará la confección de todos los documentos relativos a este módulo.

Para las visitas a los centros de trabajo, y siempre que sea necesario, el profesorado utilizará su coche particular, siempre y cuando se pague el kilometraje.

8. ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN Y APOYO ENCAMINADAS A LA SUPERACIÓN DEL MÓDULO.

El tutor de la empresa observará y valorará el trabajo diario del alumnado y le comunicará sus impresiones al tutor del centro educativo. Si fueran necesarios, en las reuniones de seguimiento tutorial en el centro educativo se llevarán a cabo los apoyos que se consideren oportunos.

9. PLAN DE CONTINGENCIA.

Si surgiera la imposibilidad de realizar el módulo FCT en una empresa determinada y/o se estimara oportuna la modificación de la empresa inicialmente asignada, se buscará otra empresa u otras empresas para que el alumnado pueda completar la realización de las prácticas.

10. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

En las horas de tutoría en el centro educativo se realizarán cuantas actividades sean precisas para orientar lo mejor posible al alumnado a la hora de realizar el módulo de FCT y de proyecto.

Adicionalmente, estas horas de tutoría se pueden complementar con actividades relacionadas con la orientación profesional e inserción laboral del alumnado (por ejemplo: charlas y talleres en colaboración con el INAEM, red Eures, etc.).