



Pla docent Curs 2022/2023

Departament de Comerç i Màrqueting

Nom del Cicle Formatiu: CFGS Gestió de vendes i espais comercials

Curs: 2n

Mòdul Professional MP11: Màrqueting digital

Durada: 165 hores

Unitats Formatives:

UF1: Eines de màrqueting digital (110 hores + 11 hores de lliure disposició)

UF2: Pla de màrqueting digital (44 hores)

Professor: Agustí Guerrero

## 1. HORARI DEL MÒDUL

### Grup A

Dia de la setmana	Franja horària
Dimarts	De 15:00 a 16:50 h
Dijous	De 15:00 a 16:50 h
Divendres	De 15:55 a 16:50 h

### Grup B

Dia de la setmana	Franja horària
Dilluns	De 15:00 a 16:50 h
Dimecres	De 15:55 a 17:45 h
Divendres	De 15:00 a 15:55 h



## 2. RESULTATS D'APRENTATGE

Segons normativa vigent: REAL DECRETO 1573/2011, de 4 de novembre, pel qual s'estableix el Títol de Tècnic Superior en Gestió de Vendes i Espais Comercials.

### UF1: Eines de màrqueting digital

1. Organitza i gestiona l'estratègia de màrqueting digital segons els objectius fixats per l'empresa/organització, utilitzant diferents eines digitals.
2. Administra els accessos i connexions a xarxes públiques, semipúbliques i privades, utilitzant navegadors i cercadors d'informació especialitzats en la xarxa pública internet.
3. Gestiona diversos serveis i protocols d'internet manejant programes de correu electrònic i de transferència d'arxius.
4. Determina l'estratègia que s'ha de seguir en les interrelacions amb els altres usuaris de la xarxa, utilitzant programes específics, fòrums de comunicació i xarxes socials d'àmbit empresarial.
5. Construeix pàgines web atractives per als usuaris d'internet, utilitzant criteris de posicionament, maneig i persuasió.
6. Defineix la política de comerç electrònic de l'empresa, establint les accions necessàries per a efectuar vendes en línia.
7. Realitza la facturació electrònica i altres tasques administratives de forma telemàtica, utilitzant en cada pas programari específic.

### UF2: Pla de màrqueting digital

1. Dissenya el pla estratègic de màrqueting digital al mercat en línia, definint solucions estratègiques mitjançant la implementació d'accions específiques de desenvolupament de la marca comercial.

### 3. TEMPORITZACIÓ

El mòdul disposa de 165 hores lectives al llarg del cicle. Es destinaran 5 hores setmanals. Les unitats formatives s'impartiran seguint el calendari següent:

UNITAT FORMATIVA	HORES LECTIVES	DATA INICI	DATA FINALITZACIÓ
UF1	121 hores	7/09/2022	10/03/2023
UF2	44 hores	13/03/2023	17/05/2023

Les 11 hores de lliure disposició estan destinades a la UF1.

### 4. METODOLOGIA DOCENT

El mòdul consta de 5 hores setmanals de classes presencials a l'aula, d'assistència obligatòria, on es combinaran exposicions teòriques i pràctiques amb eines TIC i continguts audiovisuals i activitats pràctiques que els alumnes desenvoluparan de manera autònoma per a aplicar els continguts.

Es fomentarà l'ús de la plataforma Moodle del centre, on hi haurà el curs corresponent a tot el mòdul, amb els materials de suport per a les unitats formatives (models i formularis, documents compatibles, etc.), així com les activitats proposades. L'alumnat inscrit en podrà disposar en el moment que ho necessiti, així com també descarregar i lliurar les diferents activitats proposades.

Les classes presencials es complementaran amb activitats, vídeos, presentacions, etc. de forma telemàtica (per garantir el total d'hores del mòdul) utilitzant el Moodle. Per un correcte seguiment de les classes, cal seguir també les instruccions del tauler de l'aula al Moodle i connectar-s'hi de forma regular.

En cas de no poder-se garantir la presencialitat del grup (per confinament o aïllament), les classes es faran en línia, adaptant el seu contingut a les eines virtuals dins del marc horari del cicle. La plataforma que s'utilitzarà preferentment per fer les videoconferències serà GoogleMeet. Durant les connexions, l'alumnat haurà de fer un seguiment actiu de la classe, amb la càmera connectada.



## 5. CRITERIS PER A L'AVALUACIÓ

L'avaluació de cada Unitat Formativa serà contínua i es durà a terme de la següent manera:

- Una avaluació inicial orientativa pel professor (sense qualificació), per preveure el nivell individual i grupal.
- Avaluació contínua dins de cada unitat formativa que tindrà com a referència els respectius resultats d'aprenentatge i criteris d'avaluació.

S'avaluaran conjuntament els aspectes teòrics i pràctics, desenvolupats dins de cada unitat formativa mitjançant diversos instruments d'avaluació: proves orals o escrites sobre els continguts, activitats realitzades a classe i/o proposades per desenvolupar més a fons, desenvolupament de supòsits pràctics amb càlculs numèrics i aplicació de continguts i normativa, exposició de treballs...

Es lliuraran les activitats preferentment a la plataforma Moodle, tot i que hi ha la possibilitat de lliurar-les en paper o correu electrònic en casos puntuals. Les proves escrites podran ser de resposta múltiple (test), de V/F, preguntes curtes i/o llargues, o una combinació de les anteriors.

Hi haurà dues notes definitives dins del mòdul: una per cada unitat formativa. Cada UF es qualificarà de l'1 al 10, sense decimals. Es consideraran positives les qualificacions iguals o superiors a 5 i negatives les restants. Per a superar el mòdul, l'alumne/a haurà de superar de manera independent totes les unitats formatives amb una nota igual o superior a 5 sobre 10.

La qualificació del mòdul professional (QMP) s'obté segons la següent ponderació:

$$QM11 = 0,70 \cdot QUF1 + 0,30 \cdot QUF2$$

Per a cadascuna de les UF es realitzaran: de dues a vint-i-una activitats d'E-A (teòrico-pràctiques), segons els Resultats d'Aprenentatge (RA) que corresponguin a cadascuna de les UF, i que equivaldran al 30% de la nota final. Així mateix, també es duran a terme de dues a tres proves (Pe) per cada UF i que suposaran el 70% restant.

En el cas que l'alumne/a, en qualsevol de les UF, no aconseguixi arribar al 5, haurà d'anar a la convocatòria extraordinària. La data de la convocatòria extraordinària l'estableix el centre i l'examen constarà de preguntes curtes, tant teòriques com pràctiques.

L'assistència a classe és obligatòria en el 80% del curs. L'alumne/a que acumuli reiteradament faltes d'assistència i arribi a abstenir-se més del 20% perdre el dret a l'avaluació contínua. En tant doncs quees



vetlla per un aprenentatge significatiu en base a una seqüenciació dels continguts i un correcte aprenentatge d'aquests.

## 6. CONVOCATÒRIES/RECUPERACIONS

L'alumnat pot ser avaluat d'una unitat formativa, com a màxim, en quatre convocatòries, dues permatrícula.

La primera convocatòria ordinària, dins el procés de l'avaluació contínua i en el desenvolupament de cada unitat formativa.

La segona convocatòria s'utilitza en el cas de no haver superat alguna de les unitats formatives anteriors durant el primer període.

L'alumne que es presenti a la segona convocatòria ho farà de tota la UF. Presentar-se a aquesta segona convocatòria té caràcter voluntari; per tant, l'alumnat que no es presenti no perdrà la convocatòria a efectes del còmput màxim.

## 7. BIBLIOGRAFIA BÀSICA (de consulta)

No hi haurà llibre de text obligatori per als/a les alumnes. El professor lliurarà el material necessari en format digital a Moodle.

## 8. SORTIDES

El departament de Comerç i Màrqueting pot proposar sortides i activitats relacionades amb un o més mòduls professionals del cicle, prèvia aprovació del Consell Escolar, sempre que la situació ho permeti.

## 9. ALTRES CONSIDERACIONS

El Pla Docent podrà ser modificat en consideració a possibles eventualitats que puguin ocórrer en el transcurs del curs. Qualsevol modificació del Pla Docent serà degudament notificada a l'alumnat implicat.