



Pla docent Curs 2021/2022

Departament de Comerç i Màrqueting

Nom del Cicle Formatiu: CFGS Gestió de Vendes i Espais Comercials

Curs: 2n curs

Mòdul Professional MP08: Polítiques de Màrqueting

Durada: 99 hores impartides al mòdul + 33 hores HLD impartides al MP16 MÒDUL DUAL. TOTAL 165 hores

Unitats Formatives:

UF2: Màrqueting estratègic (33 hores)

UF3: Màrqueting operacional (33 hores)

UF4: Pla de màrqueting (33 hores/NO DUAL) (12 hores/DUAL)

Professorat: Haydeé Francés Alonso

1. HORARI DEL MÒDUL

Dimecres: 16:50 h a 17:45 h i 18:15 h a 19:10 h (Presencial)

Dijous: 15:00 h a 15:55 h (Presencial)

2. RESULTATS D'APRENTATGE (Real Decreto 1573/2011 de 4 de novembre pel CFGS Gestió de Vendes i Espais Comercials)

UF2: Màrqueting estratègic. 33 hores (2n curs)

1. Avalua les oportunitats de mercat per al llançament d'un producte, l'entrada a nous mercats o la millora del posicionament del producte o servei, analitzant les variables de màrqueting mix i les tendències i evolució del mercat.
2. Planifica l'estratègia a llarg termini d'una empresa, tenint en compte l'anàlisi de dades/variables externes i internes de l'organització.

UF3: Màrqueting operacional. 33 hores (2n curs)

1. Defineix la política del producte o servei, analitzant-ne les característiques, els atributs i les utilitats per adequar-ho a les necessitats i al perfil dels clients a qui es dirigeix.
2. Defineix la política de preus dels productes o serveis, analitzant-ne els costos, la demanda, la competència i altres factors que intervenen en la formació i càlcul dels preus.
3. Selecciona la forma i el canal de distribució més adequat per a cada producte, servei o gamma de productes, analitzant les alternatives de distribució disponibles..
4. Selecciona les accions de comunicació més adequades per llançar nous productes i serveis o prolongar-ne la permanència en el mercat i reforçar així la imatge corporativa i de marca, avaluant les diferents alternatives disponibles.



5. Elabora brífings de productes, serveis o marques per a l'execució o la contractació externa d'accions de comunicació, relacionant les variables del màrqueting mix, els objectius comercials i el perfil dels clients.

UF4: Pla de màrqueting. 33 hores (2n curs)

1. Elabora el pla de màrqueting, seleccionant la informació de base del producte, preu, distribució i comunicació i relacionant entre si les variables del màrqueting mix.
2. Fa el seguiment i control de les polítiques i accions comercials establertes en el pla de màrqueting, avaluant el desenvolupament i el grau de consecució dels objectius previstos.

3. TEMPORITZACIÓ

El mòdul disposa de **165 hores lectives** al llarg del cicle, que es faran de forma híbrida (presencial i telemàtica). Les unitats formatives s'impartiran seguint el calendari següent:

UNITAT FORMATIVA	HORES LECTIVES	DATA INICI	DATA FINALITZACIÓ
UF2	33 hores	20/09/2021	03/12/2021
UF3	33 hores	06/12/2021	04/03/2022
UF4	NO DUAL - 33 hores	07/03/2022	18/05/2022
	DUAL - 12 hores	07/03/2022	01/04/2022

Les 33 hores de lliure disposició estan destinades al MP16 Mòdul dual.

4. METODOLOGIA DOCENT

Explicació de la unitat didàctica per part del professorat, amb l'ajuda, quan el tema ho requereixi, d'eines audiovisuals i informàtiques.

Realització de pràctiques complementàries i activitats diverses (escrites, simulacions i altres...), així com treballs i exposicions orals.

L'alumnat haurà d'elaborar un dossier amb els exercicis i pràctiques, el lliurarà en acabar cada UF i serà avaluat.

Les classes presencials es complementaran amb activitats, vídeos, presentacions, etc. de forma telemàtica (per garantir el total d'hores del mòdul) utilitzant el Moodle o el GoogleClassroom. Per un correcte seguiment de les classes, cal seguir també les instruccions del tauler de l'aula al Moodle o GoogleClassroom i connectar-se 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 el 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 d'aquest mòdul professional constarà de:
 - Una **avaluació inicial** sense nota per veure el nivell individual i del grup
 - Una avaluació de forma **continuada** dins de cada unitat formativa tenint com a referència els respectius resultats d'aprenentatge i criteris d'avaluació.
- S'avaluaran conjuntament els aspectes teòrics, pràctics i actitudinals desenvolupats dins de cada unitat formativa. Els instruments d'avaluació seran proves orals o escrites (presencials i/o telemàtiques) sobre els continguts i exposició de treballs. Realització de simulacions al taller respectant els protocols, resolució de qüestionaris pràctics, exercicis (presencials i/o telemàtics) i/o treballs individuals o en grup. Les proves escrites podran ser de resposta múltiple (test), o de V/F i/o preguntes curtes i/o llargues. Alguna part de la UF pot tenir alguna prova pràctica. El nombre de proves dependrà de la durada de cada unitat.
 - En les diferents activitats es valoraran les capacitats claus: autonomia, innovació, organització del treball, responsabilitat, relació interpersonal, treball en equip i resolució de problemes.
 - Hi haurà una nota **definitiva** per cada unitat formativa. Dintre de cada UF es faran una o més proves escrites, depenent de la llargada de la unitat. 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 haurà de superar de manera independent totes les unitats formatives amb una nota igual o superior a 5 sobre 10. Dins de cada UF totes les activitats/proves escrites han de superar-se amb una nota **igual o superior a 4**, per poder fer mitjana. Només es considerarà superada la UF quan el resultat final sigui igual o superior a 5. Si l'alumne obté una nota amb decimals s'aproxima per sobre o per sota segons proximitat al número sencer i en tot cas tenint en compte la trajectòria acadèmica de l'alumne/a.
 - La **qualificació final del mòdul** resulta de fer una mitjana ponderada de les hores de cadascuna de les unitats formatives de les que consta el mòdul, segons la fórmula següent:

$$\text{Qualificació MP08} = \text{UF2} * 0.33 + \text{UF3} * 0.33 + \text{UF4} * 0.33$$

Les classes són presencials i, per tant **d'assistència obligatòria**. L'alumnat haurà de justificar de manera adequada la seva absència amb un document oficial amb les dades adients i el segell corresponent. Es considera falta justificada aquella que s'acrediti amb un document oficial amb l'hora d'entrada i sortida, com en qualsevol normativa laboral: certificats mèdics, de l'empresa on es treballa, d'acompanyament a un familiar fins a segon grau, d'assistència mèdica etc...

La connexió i participació en les videoconferències són obligatòries i/o avaluables.

Si l'alumne falta més del 20% de les hores totals de la UF perdrà el dret a l'avaluació continuada per aquella unitat formativa i s'haurà de presentar a la segona convocatòria, si vol superar la UF.



6. CONVOCATÒRIES/RECUPERACIONS

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

Primera convocatòria

Correspon a la convocatòria ordinària dins el procés d'avaluació continuada en el desenvolupament de cada unitat formativa.

L'alumne/a que tingui pendents proves escrites, pràctiques o treballs d'alguna unitat formativa podrà **recuperar-la dins dels 15 dies posteriors a la data de finalització de la UF**, sempre que **la part pendent no superi el 50%** del total de la UF. L'alumne/a que no s'hagi presentat a una prova escrita podrà presentar-se a aquesta recuperació si ha **justificat adequadament la falta d'assistència**.

Segona convocatòria

En cas de no superar alguna de les unitats formatives durant el període de la primera convocatòria, **es podrà superar en una segona convocatòria**. La segona convocatòria es desenvoluparà a final de curs, durant el **mes de Juny**, seguint el calendari establert pel centre. **Constarà d'una prova escrita i/o pràctica a més del lliurament de les activitats que el professorat consideri**.

L'alumne/a que es presenti a la segona convocatòria ho farà de tota la UF. La presentació a aquesta segona convocatòria és **voluntària** i l'alumnat que no es presenti no perdrà la convocatòria a efectes del còmput màxim.

En cas de no aprovar en aquesta segona convocatòria, l'alumnat s'haurà de tornar a matricular de la unitat formativa corresponent.

7. BIBLIOGRAFIA BÀSICA (de consulta)

- Polítiques de Màrqueting. Material online Institut Obert de Catalunya
- Políticas de Marketing. Editorial Paraninfo

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.