

PROGRAMES DE FORMACIÓ I INSERCIÓ

1. Identificació del perfil professional

Perfil professional: Auxiliar d'empresa, màrqueting i esdeveniments

Codi: PFI CM04

Família professional: Comerç i màrqueting

Durada total: 1.000 hores

2. Perfil professional

2.1. Competència general del perfil

La competència general del perfil professional consisteix a realitzar operacions auxiliars de comercialització, marxandatge i serveis turístics, així com organitzar els procediments administratius d'aquestes activitats, seguint els protocols establerts, criteri comercial i d'imatge i operant amb la qualitat indicada, i les normes de prevenció de riscos laborals i protecció mediambiental corresponents.

2.2. Competències del perfil professional

Aquest perfil desenvolupa les següents competències:

- a) Atendre el client, subministrant informació sobre la localització i característiques dels productes, mostrant interès i preocupació per resoldre satisfactòriament les seves necessitats i aplicant, en el seu cas, tècniques protocolitzades per a la resolució de queixes.
- b) Realitzar tasques bàsiques d'emmagatzemament i arxiu d'informació i documentació, tant en suport digital com a convencional, d'acord amb els protocols establerts.
- c) Realitzar activitats d'animació del punt de venda en establiments dedicats a la comercialització de productes o serveis, aplicant tècniques de marxandatge, d'acord amb els objectius establerts en el pla de comercialització de l'empresa.
- d) Executar les accions de màrqueting definides per l'organització comercial en el pla de màrqueting, per contribuir a l'assoliment dels objectius fixats per la direcció comercial.
- e) Realitzar tasques bàsiques relacionades amb els serveis turístics per assegurar la satisfacció dels clients i clientes.
- f) Mantenir hàbits d'ordre, puntualitat, responsabilitat i pulcritud al llarg de la seva activitat.
- g) Adaptar-se a les noves situacions laborals originades per canvis tecnològics i organitzatius en la seva activitat laboral, utilitzant les ofertes formatives al seu abast i localitzant els recursos mitjançant les tecnologies de la informació i la comunicació.

h) Complir les tasques pròpies del seu nivell amb autonomia i responsabilitat, emprant criteris de qualitat i eficiència en el treball assignat i efectuant-lo de forma individual o com a membre d'un equip.

i) Comunicar-se eficaçment, respectant l'autonomia i competència de les diferents persones que intervenen en el seu àmbit de treball contribuint a la qualitat del treball realitzat.

j) Assumir i complir les mesures de prevenció de riscos i seguretat laboral en la realització de les activitats laborals evitant danys personals, laborals i ambientals.

k) Actuar amb esperit emprenedor, iniciativa personal i responsabilitat en l'elecció dels procediments de la seva activitat professional.

2.3. Relació entre les qualificacions i unitats de competència del Catàleg de qualificacions professionals de Catalunya (CQPC) incloses en el perfil professional i les del Catàleg nacional de qualificacions professionals (CNQP)

2.3.1 Qualificacions professionals incompletes

Qualificació incompleta: COM412_1: Activitats auxiliars de comerç

Unitat de competència:

UC1329_1: Proporcionar atenció i informació operativa, estructurada i protocol·litzada al client

2.4. Entorn professional

2.4.1. Aquest professional exerceix la seva activitat per compte aliè en empreses de distribució comercial, tant majoristes (centrals de compres, mercats centrals d'avitallaments, "cash and carry", entre d'altres), com detallistes (botigues, supermercats, hipermercats i grans superfícies comercials), en centres de distribució comercial i en departaments comercials i magatzems d'empreses d'altres sectors productius. Així mateix, pot exercir la seva activitat en el sector turístic, en el subsector de les agències de viatges minoristes, majoristes i majoristes-minoristes, així com en les agències especialitzades en recepció i esdeveniments.

2.4.2. Les ocupacions i llocs de treball més rellevants són els següents:

- Auxiliar de dependent de comerç.
- Auxiliar d'animació del punt de venda.
- Auxiliar de venda.
- Auxiliar de promoció de vendes.
- Auxiliar administratiu comercial.
- Auxiliar d'informació en establiments comercials.
- Auxiliar administratiu comercial.
- Auxiliar del personal tècnic de màrqueting i publicitat.

- Auxiliar del personal tècnic en relacions públiques.
- Auxiliar d'organització d'esdeveniments de màrqueting i comunicació.
- Auxiliar d'oficina d'agència de viatges.
- Auxiliar del personal d'informació turística
- Auxiliar del personal organitzador d'esdeveniments.
- Auxiliar del personal venedor de serveis de viatge i viatges programats.
- Auxiliar del personal promotor comercial de viatges i serveis turístics.

3. Ensenyaments del perfil professional

3.1 Objectius generals del perfil professional

Els objectius generals d'aquest perfil són els següents:

- a) Identificar els processos de recompte i control en magatzem i d'informació en punts de venda, seguint instruccions i emplenant els documents necessaris per realitzar inventaris i mantenir actualitzada la informació d'abastament proveïment.
- b) Identificar les necessitats dels clients i clientes i la informació precisa per satisfer-les aplicant tècniques i protocols de resolució d'incidències i queixes.
- c) Identificar les principals fases del procés d'enregistrament, tractament i impressió de dades i textos, determinant la seqüència d'operacions per preparar equips informàtics i aplicacions.
- d) Aplicar procediments d'escriptura al tacte en teclats estesos utilitzant aplicacions d'aprenentatge específic per a documents.
- e) Utilitzar processadors de text i fulls de càlcul, emprant les seves principals utilitats per elaborar documents.
- f) Col·laborar en la creació de la imatge de botiga, combinant els elements exteriors i interiors de l'establiment comercial amb criteris comercials, per fer activitats d'animació del punt de venda en establiments dedicats a la comercialització de productes o serveis.
- g) Conèixer les polítiques de venda i fidelització de clients, organitzant l'exposició i promoció de l'assortiment, per realitzar activitats d'animació del punt de venda en establiments dedicats a la comercialització de productes o serveis.
- h) Identificar les tasques bàsiques relacionades amb els serveis turístics que assegurin la satisfacció dels clients i clientes.
- i) Desenvolupar la confiança en si mateix, la participació i l'esperit crític per resoldre situacions i incidències tant de l'activitat professional com de la personal.

j) Desenvolupar treballs en equip, assumint els seus deures, respectant als altres i cooperant amb ells, actuant amb tolerància i respecte als altres per a la realització eficaç de les tasques i com a mitjà de desenvolupament personal.

k) Utilitzar les tecnologies de la informació i de la comunicació per informar-se, comunicar-se, aprendre i facilitar-se les tasques laborals.

l) Relacionar els riscos laborals i ambientals amb l'activitat laboral per tal d'utilitzar les mesures preventives corresponents per a la protecció personal, evitant danys a les altres persones i en el medi ambient.

m) Desenvolupar les tècniques de la seva activitat professional assegurant l'eficàcia i la qualitat en el seu treball.

3.2 Mòduls professionals

3005. Atenció al client

MFPE010. Ofimàtica i tècniques administratives bàsiques

MFPE056. Fonaments de màrqueting i d'organització d'esdeveniments

MFPE057. Introducció al turisme

MFCT. Formació en Centres de Treball

MPI. Projecte Integrat

MPRL. Formació bàsica en prevenció de riscos laborals

3.3 Descripció dels mòduls professionals

Mòdul: Atenció al client

Codi: 3005

Durada: 60 hores

Resultats d'aprenentatge i criteris d'avaluació:

1. Atén possibles clients, reconeixent les diferents tècniques de comunicació.

Criteris d'avaluació:

1.1 Analitza el comportament del possible client o clienta.

1.2 Adapta adequadament l'actitud i discurs a la situació de la que es parteix.

1.3 Obté la informació necessària del possible client o clienta.

1.4 Afavoreix la comunicació amb l'ús de les tècniques i actituds apropiades per al desenvolupament de la mateixa.

1.5 Manté una conversa, utilitzant les fórmules, lèxic comercial i nexes de comunicació (demanar aclariments, sol·licitar informació, demanar a algú que repeteixi i a d'altres).

1.6. Dona resposta a una pregunta de fàcil solució, utilitzant el lèxic comercial adequat.

1.7 Expressa un tema prefixat de forma oral davant d'un grup o en una relació de comunicació en què intervenen dos interlocutors.

1.8 Manté una actitud conciliadora i sensible als altres, demostrant cordialitat i amabilitat en el tracte.

1.9 Transmet informació amb claredat, de manera ordenada, estructura clara i precisa.

2. Comunica al possible client les diferents possibilitats del servei, justificant-les des

del punt de vista tècnic.

Criteris d'avaluació:

- 2.1 Analitza les diferents tipologies de públic.
- 2.2 Diferencia clients de proveïdors, i aquests del públic en general.
- 2.3 Reconeix la terminologia bàsica de comunicació comercial.
- 2.4 Diferencia entre informació i publicitat.
- 2.5 Adequa les respostes en funció de les preguntes del públic.
- 2.6 Informa el client o clienta de les característiques del servei, especialment de les qualitats esperables.
- 2.7 Assessora el client o clienta sobre l'opció més recomanable, quan existeixen diverses possibilitats, informant-lo de les característiques i acabats previsibles de cada una d'elles.
- 2.8 Sol·licita al client o clienta que comuniqui l'elecció de l'opció triada.

3. Informa al probable client del servei realitzat, justificant les operacions executades.

Criteris d'avaluació:

- 3.1 Lliura al client o clienta els articles elaborats, informant dels serveis realitzats als articles.
- 3.2 Transmet al client o clienta, de manera oportuna, les operacions a dur a terme als articles lliurats i els temps necessaris.
- 3.3 Identifica els documents de lliurament associats al servei o producte.
- 3.4 Recull la conformitat del client o clienta amb l'acabat obtingut, prenent nota, en cas contrari, de les seves objeccions, de manera adequada.
- 3.5 Valora la pulcritud i correcció, tant en el vestir com en la imatge corporal, elements clau en l'atenció al client.
- 3.6 Manté a tota hora el respecte envers el client o clienta.
- 3.7 Intenta la fidelització del client o clienta amb el bon resultat del treball.
- 3.8 Defineix el període de garantia i les obligacions legals aparellades.

4. Atén reclamacions de possibles clients, reconeixent el protocol d'actuació.

Criteris d'avaluació:

- 4.1 Ofereix alternatives al client o clienta davant de reclamacions fàcilment esmenables, exposant clarament els temps i condicions de les operacions a realitzar, així com del nivell de probabilitat de modificació esperable.
- 4.2 Reconeix els aspectes principals en els quals incideix la legislació vigent, en relació amb les reclamacions.
- 4.3 Subministra la informació i documentació necessària al client o clienta per a la presentació d'una reclamació escrita, si aquest fos el cas.
- 4.4 Recull els formularis presentats pel client o clienta per a la realització d'una reclamació.
- 4.5 Emplena un full de reclamació.
- 4.6 Comparteix informació amb l'equip de treball.

Continguts:

1. Aplicació de tècniques de comunicació comercial.
 - 1.1 El procés de comunicació. Agents i elements que intervenen. Canals de comunicació amb el client.
 - 1.2 Barreres i dificultats comunicatives. Estratègies per a superar o minimitzar les barreres i dificultats.
 - 1.3 Comunicació verbal. Emissió i recepció de missatges orals.
 - 1.4 Motivació, frustració i mecanismes de defensa. Comunicació no verbal.
 - 1.5 Empatia i receptivitat.
 - 1.6 Habilitats socials aplicades a la professió: empatia, capacitat de comunicació, flexibilitats, responsabilitat i organització.
 - 1.7 Protocols d'atenció al client de la professió.

2. Venda de productes i serveis
 - 2.1 El client. Públic en general. Tercers relacionats amb l'empresa.
 - 2.2 Comunicació i informació. Terminologia comercial.
 - 2.3 Coneixement de producte o servei. Tipologia de públic en funció del producte o servei.
 - 2.4 Actuació del venedor professional.
 - 2.5 Exposició, presentació i demostració de les qualitats dels productes i serveis.
 - 2.6 El venedor. Característiques, funcions i actituds. Qualitats i aptituds per a la venda i el desenvolupament del procés de venda.
 - 2.7 El venedor professional: model d'actuació. Protocols de venda. Relacions amb els clients.
 - 2.8 Tècniques de venda. Fases de la venda. Informació de servei postvenda.
 - 2.9 Aspectes rellevants de la Llei d'Ordenació del comerç minorista

3. Activitats auxiliars de venda i informació al client.
 - 3.1 Rols, objectius i relació client-professional.
 - 3.2 Tipologia de client i relació amb la prestació del servei.
 - 3.3 Atenció personalitzada com a base de la confiança en l'oferta del servei.
 - 3.4 Necessitats i gustos del client. Criteris de valoració de la satisfacció del client amb el producte o servei rebut.
 - 3.5 Objecions dels clients. Tractament.
 - 3.6 Paràmetres clau per a la classificació del producte rebut o la prestació de serveis sol·licitada.
 - 3.7 Servei postvenda.
 - 3.8 Fidelització del client.
 - 3.9 Documentació bàsica vinculada al lliurament de productes o la prestació de serveis.

4. Tractament de queixes i reclamacions. Escolta activa. Empatia. Actitud positiva i tranquil·la.
 - 4.1 Tècniques utilitzades en l'actuació davant les reclamacions. Gestió de reclamacions. Alternatives reparadores. Elements formals que contextualitzen una reclamació.
 - 4.2 Documents necessaris o proves en una reclamació. Procediment de recollida de les reclamacions.
 - 4.3 Documents relacionats amb els servei postvenda: garanties i altres.

- 4.4 Organismes públics i privats de defensa dels drets i interessos del consumidor.
- 4.5 Utilització d'eines i recursos informàtics de gestió de reclamacions.

Mòdul professional: Aplicacions bàsiques d'ofimàtica

Codi: MFPE010

Durada: 130 hores

Resultats d'aprenentatge i criteris d'avaluació:

- 1. Tramita informació en línia aplicant eines d'Internet, intranet i altres xarxes.

Criteris d'avaluació:

- 1.1 Identifica les diferents xarxes informàtiques a les quals podem accedir-hi.
- 1.2 Diferencia diferents mètodes de recerca d'informació en xarxes informàtiques.
- 1.3 Accedeix a informació a través d'Internet, intranet, i altres xarxes d'àrea local.
- 1.4 Localitza documents utilitzant eines d'Internet.
- 1.5 Situa i recupera arxius emmagatzemats en serveis d'allotjament d'arxius compartits ("el núvol").
- 1.6 Comprova la veracitat de la informació localitzada.
- 1.7 Valora la utilitat de pàgines institucionals i d'Internet en general per a la realització de tràmits administratius.

- 2. Realitza comunicacions internes i externes mitjançant les utilitats de correu electrònic seguint les pautes marcades.

Criteris d'avaluació:

- 2.1 Identifica els diferents procediments de transmissió i recepció de missatges interns i externs.
- 2.2 Utilitza el correu electrònic per enviar i rebre missatges, tant interns com externs.
- 2.3 Annexa documents, vincles, entre d'altres en missatges de correu electrònic.
- 2.4 Utilitza les utilitats del correu electrònic per classificar contactes i llistes de distribució d'informació entre altres.
- 2.5 Aplica criteris de prioritat, importància i seguiment entre altres en l'enviament de missatges seguint les instruccions rebudes.
- 2.6 Comprova les mesures de seguretat i confidencialitat en la custòdia o enviament d'informació seguint pautes prefixades.
- 2.7 Organitza l'agenda incloent tasques, avisos i altres eines de planificació del treball.

- 3. Utilitza les funcions bàsiques del processador de text amb destresa en la transcripció de documents simples i elementals, obtenint còpies exactes i inserint objectes.

Criteris d'avaluació:

- 3.1 Utilitza les funcions bàsiques, prestacions i procediments simples dels processadors de textos i autoedició, tot garantint les normes de seguretat, integritat i confidencialitat de la informació.
- 3.2 Transcriu els documents amb exactitud i amb la destresa adequada, tot aplicant els formats i estils de text, taules indicades, o sobre les plantilles predefinides.

- 3.3 Integra objectes simples en el text, al lloc i forma adequats.
- 3.4 Corregeix els errors comesos en reutilitzar o introduir la informació, mitjançant el corrector ortogràfic.
- 3.5 Realitza la impressió dels documents transcrits.

4. Elabora documents utilitzant les aplicacions bàsiques de fulls de càlcul.

Criteris d'avaluació:

- 4.1 Utilitza els diversos tipus de dades i referència per a cel·les, rangs, fulls i llibres.
- 4.2 Aplica fórmules i funcions bàsiques.
- 4.3 Genera i modifica gràfics de diferents tipus.
- 4.4 Utilitza el full de càlcul com a base de dades senzilles.
- 4.5 Utilitza aplicacions i perifèrics per introduir textos, números, codis i imatges.
- 4.6 Aplica les regles d'ergonomia i salut en el desenvolupament de les activitats.

5. Elabora presentacions gràfiques utilitzant aplicacions informàtiques.

Criteris d'avaluació:

- 5.1 Identifica les opcions bàsiques de les aplicacions de presentacions.
- 5.2 Reconeix els diferents tipus de vista associats a una presentació.
- 5.3 Aplica i reconeix les diferents tipografies i normes bàsiques de composició, disseny i utilització del color.
- 5.4 Crea presentacions senzilles incorporant text, gràfics, objectes i arxius multimèdia.
- 5.5 Dissenya plantilles de presentacions.
- 5.6 Utilitza perifèrics per executar presentacions assegurant el correcte funcionament.

6. Aplica les tècniques de registre i classificació de la documentació administrativa bàsica, especificant la seva funció, elements i requisits fonamentals, a través d'aplicacions informàtiques adequades.

Criteris d'avaluació:

- 6.1 Explica els mètodes i procediments de registre de documentació administrativa més habituals.
- 6.2 Diferencia els camps d'informació fonamentals dels registres corresponents a arxius o fitxers de clients, proveïdors, productes i empleats segons la seva funció.
- 6.3 Explica els elements i requisits fonamentals dels albarans, notes de lliurament i factures, relacionant-los amb els camps d'informació dels registres de productes, clients o proveïdors.
- 6.4 Fa servir les funcions bàsiques d'aplicacions informàtiques de facturació i de gestió de clients i proveïdors.
- 6.5 En casos pràctics de simulació en els quals es proporciona documentació administrativa bàsica d'operacions comercials senzilles:
 - Classifica els documents en funció de la informació proporcionada pels camps significatius.
 - Actualitza els arxius convencionals de clients, proveïdors i productes amb la informació inclosa als documents proporcionats.
 - Actualitza i registra la informació proporcionada pels documents proposats utilitzant les funcions bàsiques d'aplicacions informàtiques de magatzem, facturació i gestió de clients i proveïdors.

7. Tramita correspondència i paqueteria identificant les fases del procés.

Criteris d'avaluació:

- 7.1 Descriu les diferents fases a realitzar en la gestió de la correspondència.

- 7.2 Realitza la recepció del correu físic i de la paqueteria,
- 7.3 Emplena els documents interns i externs associats.
- 7.4 Classifica el correu utilitzant diferents criteris.
- 7.5 Distribueix el correu, tant intern com l'extern.
- 7.6 Anota en els llibres registre el correu i els paquets rebuts i distribuïts.
- 7.7 Utilitza el fax per a l'enviament i recepció de documents per aquest mitjà.
- 7.8 Prepara per al seu enviament a la correspondència i paqueteria sortint, tant la normal com la urgent.
- 7.9 Posa especial interès a no extraviar la correspondència.
- 7.10 Manté en tot moment net i en ordre l'espai de treball.

8. Realitza operacions bàsiques de tresoreria identificant els diferents documents utilitzats.

Criteris d'avaluació:

- 8.1 Identifica els diferents mitjans de cobrament i pagament.
- 8.2 Reconeix els diferents justificants de les operacions de tresoreria.
- 8.3 Relaciona els requisits bàsics dels mitjans de pagament més habituals.
- 8.4 Realitza pagaments i cobraments al comptat simulats, calculant el import a retornar en cada cas.
- 8.5 Realitza operacions de tresoreria simulades utilitzant els documents més habituals en aquest tipus d'operacions.
- 8.6 Emplena un llibre registre de moviments de caixa.
- 8.7 Realitza el càlcul de l'import a pagar o cobrar en diferents hipòtesis de treball.
- 8.8 Demostra responsabilitat tant en el maneig dels diners en efectiu com en el dels documents utilitzats.

Continguts:

1. Tramitació d'informació en línia. Internet, intranet, xarxes LAN:

- 1.1 Xarxes informàtiques.
- 1.2 Recerca activa en xarxes informàtiques.
- 1.3 Pàgines institucionals.

2. Realització de comunicacions internes i externes per correu electrònic:

- 2.1 Procediments de transmissió i recepció de missatges interns i externs.
- 2.2 Enviament i recepció de missatges per correu.
- 2.3 Mesures de seguretat i confidencialitat en la custòdia o enviament de informació
- 2.4 Organització de l'agenda per incloure tasques, avisos i altres eines de planificació del treball.

3. Gestió de documents amb processadors de textos:

- 3.1 Gestió de documents en un processador de text: aplicació de format, utilització de plantilles, edició de text i taules, inserció d'objectes.
- 3.2 Configuració i impressió de textos.

4. Elaboració de documents mitjançant fulls de càlcul:

- 4.1 Tipus de dades. Referències a cel·les. Rangos. Fulles. Llibres.
- 4.2 Utilització de fórmules i funcions.
- 4.3 Creació i modificació de gràfics.

4.4 Regles ergonòmiques.

4.5 Elaboració de diferents tipus de documents.

5. Elaboració de presentacions:

5.1 Identificació opcions bàsiques de les aplicacions de presentacions.

5.2 Disseny i edició de diapositives. Tipus de vistes.

5.3 Formatació de diapositives, textos i objectes.

5.4 Utilització de plantilles i assistents.

5.5 Presentació per al públic: connexió a un projector i configuració.

6. Registre i classificació de la documentació:

6.1 Documents justificatius bàsics de les operacions de compravenda: comandes, albarans, notes de lliurament, rebuts i factures.

7. Tramitació de correspondència i paqueteria:

7.1 Circulació interna de la correspondència per àrees i departaments.

7.2 Tècniques bàsiques de recepció, registre, classificació i distribució de correspondència i paqueteria.

7.3 El servei de correus.

7.4 Serveis de missatgeria externa.

7.5 El fax i l'escàner. Funcionament.

8. Operacions bàsiques de tresoreria:

8.1 Operacions bàsiques de cobrament i de pagament.

8.2 Operacions de pagament en efectiu.

8.3 Mitjans de pagament.

8.4 Targetes de crèdit i de dèbit

8.5 Rebuts.

8.6 Transferències bancàries.

8.7 Xecs.

8.8 Pagarés.

8.9 Lletres de canvi.

8.10 Domiciliació bancària.

Mòdul: Fonaments de màrqueting i d'organització d'esdeveniments

Codi: MFPE056

Durada: 130 hores

1. Identifica el concepte de màrqueting i la seva utilitat en l'activitat comercial i empresarial.

Criteris d'avaluació:

1.1 Identifica les funcions del departament comercial.

1.2 Descriu les funcions del màrqueting en empreses, organitzacions i institucions sense ànim de lucre.

1.3 Reconeix els diferents tipus de màrqueting.

1.4 Caracteritza la combinació dels instruments bàsics del màrqueting (màrqueting mix) i analitza els principals elements que l'integren: producte, preu, distribució i publicitat.

1.5 Analitza les noves tendències del màrqueting, com cercadors i xarxes socials.

2. Reconeix el producte o servei com a element del màrqueting i les polítiques aplicables a aquest.

Criteris d'avaluació:

2.1 Defineix el concepte de producte o servei, tot identificant els seus atributs.

2.2 Distingeix entre gamma i línia de producte.

2.3 Analitza la importància de l'envàs i la marca.

2.4 Identifica les diferents etapes del cicle de vida d'un producte i allò que les caracteritza i diferencia.

3. Reconeix el preu com a element del màrqueting i interpreta els mètodes de fixació del preu de venda del producte o servei.

Criteris d'avaluació:

3.1 Identifica els factors que influeixen en el preu de venda d'un producte i els mètodes basats en la demanda, costos i competència.

3.2. Distingeix estratègies de política de preus tenint en compte aspectes com els costos, el cicle de vida del producte, els preus de la competència i les motivacions de compra.

4. Identifica la promoció i la comunicació com a elements del màrqueting i les accions i les tècniques que la integren.

Criteris d'avaluació:

4.1 Distingeix els diferents instruments que intervenen en la comunicació: publicitat, promoció, marxandatge, venda personal, relacions públiques i publiinformació (*publicity*).

4.2 Descriu les funcions de la publicitat i els mitjans i suports, en línia o fora de línia, més utilitzats habitualment.

4.3 Distingeix les tècniques de promoció de vendes més utilitzades.

4.4 Identifica les funcions del marxandatge com a eina de comunicació.

4.5 Descriu les característiques de la venda personal com a instrument de comunicació comercial.

4.6. Caracteritza les diferents accions aplicables en la política de relacions públiques i patrocini d'una empresa o organització.

5. Reconeix la distribució com a element del màrqueting i distingeix les diferents formes i canals de distribució.

Criteris d'avaluació:

5.1. Descriu les funcions de la distribució comercial, valorant-ne la importància dins del màrqueting per apropar el producte al consumidor.

5.2 Identifica els diferents tipus de venda, en funció del sector, tipus de producte i tipus de client i mitjancers.

5.3 Compara diferents canals i formes de distribució comercial, considerant-ne els nivells del canal, el nombre i el tipus d'intermediaris.

5.4 Distingeix les diferents estratègies de distribució en funció de la intensitat i noves formes més enllà de la tradicional.

5.5 Reconeix canals alternatius de distribució: franquícia, venda per Internet i *vending*.

6. Col·labora en l'organització de diferents tipus d'esdeveniments segons els criteris i el pressupost establerts.

Criteris d'avaluació:

6.1 Diferencia els tipus d'esdeveniments utilitzats habitualment segons els seus objectius i el públic a qui es dirigeixen.

6.2 Identifica els recursos, lloc, equips, instal·lacions i mitjans necessaris, per a la realització d'un determinat tipus d'esdeveniment.

6.3 Identifica els permisos i llicències necessaris per a la realització de un esdeveniment.

6.4 Caracteritza les fases i activitats que poden realitzar-se en un determinat esdeveniment.

6.5 Reconeix la necessitat de l'elaboració del programa, calendari i cronograma general d'un esdeveniment.

6.6 Diferencia les diferents formes de difusió de l'esdeveniment.

7. Reconeix i segueix el pla de relacions amb proveïdors, actors i agents participants en un esdeveniment de màrqueting.

Criteris d'avaluació:

7.1 Identifica els proveïdors necessaris per a la realització d'un esdeveniment de màrqueting.

7.2 Identifica i segueix les gestions necessàries per llogar o contractar un lloc i els mitjans per a la celebració d'un esdeveniment de màrqueting.

7.3 Col·labora en l'organització dels serveis complementaris de càtering, hostesses, tècnics de so i lloguer d'equips, entre d'altres.

8. Aplica les actituds i aptituds que cal adoptar en l'assistència i col·laboració dels esdeveniments, complint les normes de protocol.

Criteris d'avaluació:

8.1 Coneix les normes de protocol i cerimonial per a la celebració d'esdeveniments de màrqueting i comunicació.

8.2 Analitza la importància d'una atmosfera positiva en el desenvolupament d'un esdeveniment.

8.3 Identifica els aspectes més importants de la imatge personal en la celebració d'actes i esdeveniments de màrqueting.

8.4 Analitza els errors més freqüents en les actituds i aptituds dels actors i agents participants en un esdeveniment.

8.5 Empra tècniques de comunicació verbal i no verbal, en les dues llengües oficials, segons unes pautes i protocol definit.

Continguts:

1. Concepte del màrqueting i la seva utilitat en l'activitat comercial:

1.1 Funcions del màrqueting en l'empresa i en l'economia.

1.2 Tipus de màrqueting.

1.3 Els instruments i les polítiques de màrqueting mix: producte, preu, distribució i comunicació.

1.4 Tendències actuals del màrqueting. Aplicació de les noves tecnologies. *Ecommerce*. Internet. Cercadors, Xarxes socials.

2. Producte com a element de màrqueting:

2.1 Tipus de del producte o servei. Concepte de gamma i línia de productes.

2.2 L'envàs i la marca.

2.3 Etapes del cicle de vida d'un producte.

3. Preu com a element del màrqueting:

3.1 Factors que influeixen en el preu de venda d'un producte.

3.2 Fixació de preus segons demanda.

3.3 Estratègies de preus segons costos.

3.4 Fixació preus segons competència.

3.5 Objectius de les polítiques o estratègies de preus.

4. Comunicació com a element del màrqueting:

4.1 Publicitat.

4.2 Promoció de vendes.

4.3 Marxandatge.

4.4 Venda personal.

4.5 Relacions públiques i patrocini.

4.6 Publiinformació (*publicity*).

5. Distribució com a element del màrqueting:

5.1 Funcions de la distribució comercial.

5.2 Canals de la distribució comercial.

5.3 Estratègies de la distribució comercial i noves tendències.

6. Organització d'esdeveniments de màrqueting:

6.1 Tipus d'esdeveniments.

6.2 Recursos humans i materials per al desenvolupament d'esdeveniments.

6.3 Tècniques d'organització d'esdeveniments.

6.4 Gestions i tasques: programa de l'esdeveniment, calendari i cronograma.

6.5 Publicació i difusió de l'esdeveniment.

6.6 Normativa aplicable, permisos i llicències per a la celebració de l'esdeveniment.

6.7 Pràctiques habituals en l'organització d'esdeveniments de màrqueting i comunicació.

7. Pla de relacions amb proveïdors, actors i agents participants:
- 7.1 Espais requerits per a la celebració d'esdeveniments.
 - 7.2 Tipologia de proveïdors de serveis necessaris per a la celebració d'esdeveniments
 - 7.3 Muntatges d'estands i exposicions.
 - 7.4 Empreses, serveis i funcions del personal d'assistència dels congressos.
 - 7.5 Altres serveis: assegurances, assistència turística, guies, seguretat, decoració,, gabinet de premsa i comunicació, entre d'altres.
 - 7.6 Col·laboració en la coordinació de recursos i proveïdors.

8. Protocol:

- 8.1 Comportament i desenvolupament d'esdeveniments de màrqueting i comunicació.
- 8.2 La imatge personal.
- 8.3 Actituds i aptituds dels agents i participants en un esdeveniment.
- 8.4 Tècniques de comunicació verbal i no verbal
- 8.5 Els esdeveniments com a elements de transmissió d'imatge i valors corporatius.

Mòdul: Introducció al Turisme

Codi: MFPE057

Durada: 80 hores

- 1. Contextualitza el sector turístic i la seva situació actual, tot valorant la seva implicació com a activitat socioeconòmica.

Criteris d'avaluació:

- 1.1 Identifica les diferents institucions públiques o privades relacionades amb el sector turístic.
- 1.2 Reconeix i selecciona les fonts d'informació turística.
- 1.3 Coneix l'impacte del sector turístic en el medi ambient.
- 1.4 Valora la importància de la sostenibilitat al sector turístic.
- 1.5 Valora l'impacte del turisme en l'economia del nucli turístic.

- 2. Caracteritza l'oferta turística identificant els principals components.

Criteris d'avaluació:

- 2.1 Descriu el concepte d'oferta turística.
- 2.2 Descriu l'oferta turística, els seus elements i la seva estructura bàsica.
- 2.3 Identifica els agents i empreses que conformen l'oferta turística.
- 2.4 Caracteritza els canals d'intermediació turística, així com els nous sistemes de distribució.
- 2.5 Diferencia les empreses d'allotjaments turístics segons la seva tipologia i característiques bàsiques.
- 2.6 Identifica els diferents mitjans de transport de caràcter turístic i els serveis que s'hi relacionen.

- 3. Caracteritza la demanda turística actual relacionant els diferents factors i elements que la motiven.

Criteris d'avaluació:

- 3.1 Conceptualitza i identifica els factors de la demanda turística.
- 3.2 Caracteritza les principals motivacions de la demanda turística.
- 3.3 Reconeix la metodologia de compra segons el tipus de client.
- 3.4 Identifica tendències actuals de la demanda turística.

4. Coneix els fonaments i elements de les relacions públiques aplicades a l'àmbit turístic.

Criteris d'avaluació:

- 4.1 Conceptualitza i identifica els fonaments i principis de les relacions públiques.
- 4.2 Defineix i identifica els elements del protocol social.
- 4.3 Coneix el concepte d'imatge corporativa i els seus components.
- 4.4 Valora la importància de la imatge corporativa.
- 4.5 Identifica i relaciona els elements d'identitat corporativa en empreses i en institucions turístiques.
- 4.6 Valora la importància de la imatge, la identitat corporativa, la comunicació i les relacions públiques en les empreses i institucions turístiques

Continguts:

1. Conceptualització de turisme

- 1.1 Definició de turisme.
- 1.2 Dimensió geogràfica i econòmica del turisme.
- 1.3 Tipologia de turisme. Característiques principals.
- 1.4 Impacte del turisme al medi ambient. Turisme sostenible.
- 1.5 Turisme *Low-cost* vs. tradicional.

2. L'oferta turística:

- 2.1 L'oferta turística: elements i estructura bàsica.
- 2.2 Empreses d'allotjaments turístics. Les empreses de turisme rural.
- 2.3 Intermediaris turístics.
- 2.4 Les empreses i institucions del sector turístic.

3. La demanda turística

- 3.1 Factors que influeixen en el comportament del consumidor.
- 3.2 El consumidor de l'oferta turística i les seves característiques.
- 3.3 Tipologies de consumidors.
- 3.4 Motivacions de la demanda turística.
- 3.5 Tendències actuals de la demanda turística.
- 3.6 Valoració de la importància de conèixer la clientela com a element dinamitzador de la demanda.

4. Fonaments i elements de les relacions públiques en l'àmbit turístic:

- 4.1 Definició, fonaments i principis de les relacions públiques.
- 4.2 Protocol social. Les formes en el tracte social. El saber ser i saber estar.
- 4.3 La imatge corporativa.
- 4.4 Elements i tipus d'imatge: imatge real i projectada.

4.5 El valor de la imatge corporativa.

Mòduls de formació professional comuns a tots els perfils

Mòdul: Formació en centres de treball

Codi: MFCT

Durada: 180 hores

Resultats d'aprenentatge i criteris d'avaluació

1. Identifica l'estructura, l'organització i les condicions de treball de l'empresa, centre o establiment i les relaciona amb les activitats que realitza de la seva especialització.

Criteris d'avaluació:

- 1.1 Identifica les característiques generals de l'empresa, centre o establiment i l'organigrama i les funcions de cada àrea.
 - 1.2 Identifica els procediments de treball en el desenvolupament de l'activitat.
 - 1.3 Identifica les competències dels llocs de treball en el desenvolupament de l'activitat.
 - 1.4 Identifica l'entorn de l'empresa, tipus de clients i proveïdors.
 - 1.5 Identifica les activitats de responsabilitat social de l'empresa, centre o servei envers l'entorn.
 - 1.6 Identifica els canals de comunicació més freqüents en l'empresa o establiment.
 - 1.7 Relaciona avantatges i inconvenients de l'estructura de l'empresa o establiment davant d'altres tipus d'organització relacionades.
 - 1.8 Identifica el conveni col·lectiu o el sistema de relacions laborals al qual s'acull l'empresa o establiment.
 - 1.9 Valora les condicions de treball en el clima laboral de l'empresa o establiment.
 - 1.10 Valora i sap treballar en equip per aconseguir amb eficàcia els objectius pactats al pla d'activitats.
2. Desenvolupa actituds correctes i ètiques laborals pròpies de l'activitat professional d'acord amb les característiques del lloc de pràctiques i els procediments establerts pel centre de treball.

Criteris d'avaluació:

- 2.1 Compleix l'horari de treball.
- 2.2 Mostra una presentació i higiene personal correcta.
- 2.3 Es mostra responsable en les tasques assignades.
- 2.4 S'adapta als canvis de les tasques assignades.
- 2.5 Valora les seves activitats professionals en el lloc de pràctiques.
- 2.6 Manté i deixa organitzat el seu lloc de treball.
- 2.7 Té cura dels materials, equips de treball i eines que utilitza en la seva pràctica diària.
- 2.8 Manté una actitud clara de respecte vers el medi ambient.
- 2.9 Es coordina amb el personal del seu equip on fa les pràctiques.

2.10 Estableix una comunicació i relació correcta amb el personal de l'empresa o establiment.

3. Realitza les activitats formatives de referència seguint protocols establerts pel centre de treball.

Críteris d'avaluació:

3.1 Realitza les tasques segons els procediments establerts.

3.2 Identifica les característiques particulars dels mitjans de producció, equips i eines.

3.3 Aplica i segueix les normes de riscos laborals en l'activitat professional.

3.4 Fa ús dels equips de protecció individual segons activitat de l'especialitat que cursa.

3.5 Entén, interpreta i expressa la informació amb la terminologia i els mitjans propis de l'activitat.

Activitats formatives de referència:

1. Activitats formatives de referència relacionades amb tasques bàsiques d'atenció al client.

1.1 Comunicació amb els clients o usuaris amb to, volum i ritme de veu adequats.

1.2 Recepció i canalització de trucades dels clients o usuaris per a la transmissió d'informació, resposta i orientació bàsica dels serveis o productes de l'empresa.

1.3. Realització de campanyes informatives o de promoció de productes o serveis, segons els protocols establerts.

1.4. Ús de terminologia pròpia de la professió en l'atenció bàsica en serveis de seguiment de venda i postvenda.

1.5 Atenció i derivació de possibles reclamacions dels clients.

1.6 Identificació i confecció de notificacions, avisos i altres tipus de documents interns relacionats amb les tasques bàsiques d'atenció al client.

2. Activitats formatives de referència relacionades amb tasques bàsiques de màrqueting i relacions públiques.

2.1 Col·laboració en la planificació i gestió del màrqueting d'una empresa o organització.

2.2 Identificació dels elements claus en la planificació i gestió del màrqueting digital, així com en la participació de la gestió d'espais digitals de màrqueting en línia.

2.3 Col·laboració en l'organització d'esdeveniments pel que fa a la programació, difusió i gestió d'espais, recursos i proveïdors .

2.4 Identificació de les normes de protocol en la celebració d'esdeveniments.

2.5. Ús de terminologia pròpia de la professió del màrqueting i organització d'esdeveniments.

3. Activitats formatives de referència relacionades amb tasques bàsiques de turisme i esdeveniments.

3.1 Col·laboració en la implantació d'un pla de màrqueting o promocional.

- 3.2 Participació en accions concretes de promoció.
- 3.3 Distribució de la informació i ofertes a possibles clients potencials.
- 3.4 Participació en programes de promoció i comunicació, identificant-ne els canals de distribució, per donar a conèixer l'oferta de l'empresa al mercat.
- 3.5 Atenció al client per donar resposta a les seves sol·licituds o reclamacions assegurant-ne la satisfacció i la qualitat dels serveis.
- 3.6 Col·laboració en la supervisió de tot tipus d'actes i esdeveniments.
- 3.7 Gestió de la reserva i confirmació dels serveis contractats per a l'esdeveniment o acte protocol·lari.
- 3.8 Col·laboració en el disseny i producció del material gràfic necessari.

Mòdul: Projecte integrat

Codi MPI

Durada: 40 hores (transversals)

Resultats d'aprenentatge i criteris d'avaluació

1. Aplica de manera globalitzada diverses competències desenvolupades al llarg del procés d'aprenentatge relacionades amb el perfil professional i amb l'entorn laboral corresponent.

Criteris d'avaluació:

- 1.1 Realitza les activitats seguint pautes teòriques apreses per a la posada en marxa el projecte
- 1.2 Identifica les necessitats del projecte.
- 1.3 Identifica les fases del projecte
- 1.4 Amplia coneixements i fa recerca d'informació per realitzar el projecte, si s'escau.
- 1.5 Fa ús de les TIC per fer recerca i completar les fases del projecte.

2. Desenvolupa actituds i aptituds que segueixen al model que promou al màxim la vinculació amb l'entorn productiu, el treball en contextos reals i l'exposició i difusió del treball a l'exterior.

Criteris d'avaluació:

- 2.1 Sap escoltar i rebre instruccions en benefici del projecte i del grup de treball.
- 2.2 Sap treballar de manera autònoma quan ho requereix el projecte.
- 2.3 Acaba les tasques encomanades de manera correcta.
- 2.4 Sap treballar en equip i valora la feina dels altres
- 2.5 Respecta els temps de les fases del projecte.
- 2.6 Es mostra actiu i amb interès per acabar el projecte en el temps marcat.

Continguts:

- 1. Organització d'un projecte en un àmbit real de feina:
 - 1.1 Planificació de les fases del PI
 - 1.2 Treball en equip.
 - 1.3 Autonomia en el treball.

- 1.4 Capacitat en el treball.
- 1.5 Compromís.
- 1.6 Respecte per la diversitat d'opinions.

Mòdul: Formació bàsica en prevenció de riscos laborals

Codi: MPRL

Durada: 35 hores

Resultats d'aprenentatge i criteris d'avaluació

1. Avalua els riscos derivats de l'activitat professional, analitzant les condicions de treball i els factors de risc presents en l'entorn laboral.

Criteris d'avaluació:

- 1.1 Valora la importància de la cultura preventiva en tots els àmbits i activitats de l'empresa.
- 1.2 Relaciona les condicions laborals amb la salut del treballador.
- 1.3 Classifica els factors de risc en l'activitat i els seus danys.
- 1.4 Identifica les situacions de risc més habituals en els entorns de treball d'aquest perfil professional.
- 1.5 Identifica les condicions de treball amb significació per a la prevenció en els entorns de treball relacionats amb el perfil professional.

2. Aplica mesures de prevenció i protecció individual i col·lectiva, determinant les més adequades a les tasques i funcions d'aquest perfil professional.

Criteris d'avaluació:

- 2.1 Determina les tècniques de prevenció i de protecció individual i col·lectiva que s'han d'aplicar per evitar els danys en el seu origen i minimitzar les seves conseqüències en cas que siguin inevitables.
- 2.2 Analitza el significat i l'abast dels diferents tipus de senyalització de seguretat.
- 2.3 Identifica els protocols d'actuació en cas d'emergència.
- 2.4 Identifica la composició i l'ús de la farmaciola de l'empresa.
- 2.5 Identifica els requisits i les condicions per a la vigilància de la salut del treballador o treballadora i la seva importància com a mesura de prevenció.

Continguts:

1. Avaluació de riscos professionals.

- 1.1 L'avaluació de riscos en l'empresa com a element bàsic de l'activitat preventiva.
- 1.2 Importància de la cultura preventiva en totes les fases de l'activitat professional.
- 1.3 Efectes de les condicions de treball sobre la salut.
- 1.4 Risc professional. Anàlisi i classificació de factors de risc.
- 1.5 Riscos genèrics en el seu sector professional.
- 1.6 Determinació dels possibles danys per a la salut dels treballadors que poden derivar-se de les situacions de risc detectades en el seu sector professional.

2. Aplicació de mesures de prevenció i protecció en l'empresa.

- 2.1 Identificació de les mesures de prevenció i protecció individual i col·lectiva.
- 2.2 Interpretació de la senyalització de seguretat.
- 2.3 Consignes d'actuació davant d'una situació d'emergència.
- 2.4 Protocols d'actuació davant d'una situació d'emergència.
- 2.5 Identificació dels procediments d'atenció sanitària immediata.