



Orientacions als centres educatius per a organitzar el cicle formatiu de grau superior de Màrqueting i Publicitat, perfil professional enològic

Promocions 2020-2022 i posteriors

1. Dades del títol

Títol		Grau
Tècnic/a superior en Màrqueting i Publicitat (Ordre ENS/101/2018, de 27 de juny, modificada per l'Ordre EDU/XXX/2020 en elaboració). (RD 1571/2011, de 4 de novembre)		GS
Família professional	Comerç i Màrqueting	
Competència General	La competència general d'aquest títol consisteix en definir i efectuar el seguiment de les polítiques de màrqueting basades en estudis comercials i en promocionar i fer publicitat dels productes i/o serveis en els mitjans i suports de comunicació adequats, elaborant els materials publipromocionals necessaris.	

2. Competències professionals, personals i socials

- a) Fer les gestions necessàries per a la constitució i posada en marxa d'una empresa comercial, planificant i gestionant l'obtenció dels recursos financers necessaris que procurin la rendibilitat econòmica i financera de l'empresa.
- b) Assistir en l'elaboració i el seguiment de les polítiques i els plans de màrqueting analitzant les variables del màrqueting mix per aconseguir els objectius comercials definits per l'empresa.
- c) Planificar i desenvolupar accions de màrqueting digital, gestionant pàgines web i sistemes de comunicació a través d'Internet, per assolir els objectius de màrqueting de la política de comerç electrònic de l'empresa.
- d) Obtenir, analitzar i organitzar informació fiable dels mercats, aplicant tècniques estadístiques i establir un sistema d'informació de mercats (SIM) eficaç, que serveixi de suport en la definició d'estratègies comercials i en la presa de decisions de màrqueting.
- e) Organitzar grups d'enquestadors i/o entrevistadors i fer enquestes i/o entrevistes, planificant el treball de camp i utilitzant les tècniques i els procediments establerts per acomplir els objectius fixats en el pla d'investigació comercial.
- f) Dissenyar la política de relacions públiques de l'empresa i organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació, interpretant el brífing, contractant proveïdors, actors i agents, assistint, dirigint i supervisant els esdeveniments per complir el que estableix la política de comunicació del pla de màrqueting.
- g) Gestionar els serveis d'atenció i d'informació al client, i els de queixes i reclamacions del client, consumidor i usuari, donant un servei de qualitat per assolir la satisfacció plena del client i la transmissió d'una bona imatge de l'empresa i l'organització.
- h) Elaborar el pla de mitjans publicitaris de l'empresa, combinant-los adequadament, i fent-ne el seguiment i el control per assolir l'execució i l'eficàcia corresponent.
- i) Gestionar el llançament i la implantació de productes i/o serveis en el mercat, aplicant les estratègies de màrqueting i les accions promocionals adequades, d'acord amb el que estableix el pla de màrqueting de l'empresa o organització.

- j) Elaborar materials publipromocionals i informatius, respectant la normativa vigent en matèria de publicitat i utilitzant tècniques i aplicacions informàtiques d'edició i de disseny en diversos suports, per difondre'ls segons els plans programats.
- k) Comunicar-se en anglès amb fluïdesa, tant oralment com per escrit, amb tots els operadors i organismes que intervenen en les operacions comercials.
- l) Adaptar-se a les noves situacions laborals, mantenint actualitzats els coneixements científics, tècnics i tecnològics relatius a l'entorn professional, gestionant la formació i els recursos existents en l'aprenentatge al llarg de la vida i utilitzant les tecnologies de la informació i la comunicació.
- m) Resoldre situacions, problemes i contingències amb iniciativa i autonomia en l'àmbit de la seva competència, amb creativitat, innovació i esperit de millora en el treball personal i en el dels membres de l'equip.
- n) Organitzar i coordinar equips de treball amb responsabilitat, supervisant-ne el desenvolupament, mantenint relacions fluïdes i assumint el lideratge, així com aportant solucions als conflictes grupals que es presentin.
- o) Comunicar-se amb els iguals, els superiors, els clients i les persones que estan sota la seva responsabilitat, utilitzant vies de comunicació eficaces, transmetent la informació o coneixements adequats i respectant l'autonomia i la competència de les persones que intervenen en l'àmbit del seu treball.
- p) Generar entorns segurs en el desenvolupament del treball i el del seu equip, supervisant i aplicant els procediments de prevenció de riscos laborals i ambientals, d'acord amb el que estableix la normativa i els objectius de l'empresa.
- q) Supervisar i aplicar procediments de gestió de la qualitat, d'accessibilitat universal i de disseny per a tothom, en les activitats professionals incloses en els processos de producció o prestació de serveis.
- r) Portar a terme la gestió bàsica per a la creació i el funcionament d'una petita empresa i tenir iniciativa en l'activitat professional amb sentit de la responsabilitat social.
- s) Exercir els seus drets i complir amb les obligacions derivades de l'activitat professional, d'acord amb el que estableix la legislació vigent, participant activament en la vida econòmica, social i cultural.

3. Capacitats clau

Són les capacitats transversals que afecten diferents llocs de treball i que són transferibles a noves situacions de treball. Entre aquestes capacitats destaquen les d'autonomia, d'innovació, d'organització del treball, de responsabilitat, de relació interpersonal, de treball en equip i de resolució de problemes.

L'equip docent ha de potenciar l'adquisició de les competències professionals, personals i socials i de les capacitats clau a partir de les activitats programades per desplegar el currículum d'aquest cicle formatiu.

4. Qualificacions professionals

PROFESSIONALS QUALIFICACIONS INCLOSES EN EL TÍTOL	
Qualificació completa	Denominació UC
Assistència a la investigació comercial	UC_2-0993-11_3 Preparar la informació i instruments necessaris per la investigació de mercats.

CM_2-312_3	UC_2-0994-11_3 Organitzar i controlar l'activitat dels enquestadors.
	UC_2-0995-11_2 Realitzar enquestes i/o entrevistes utilitzant les tècniques i procediments establerts.
	UC_20997-11_3 Col·laborar en l'anàlisi i l'obtenció de conclusions a partir de la investigació de mercats.
<i>Qualificacions incompletes</i>	Denominació UC
Gestió de màrqueting i comunicació CM_2-0652_3	UC_2-2185-11_3 Assistir en la definició i seguiment de les polítiques i el pla de màrqueting.
	UC_2-186-11_3 Gestionar el llançament i implantació de productes i serveis en el mercat.
	UC_2-187-11_3 Organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació, seguint el protocol i els criteris establerts.
	UC_2-188-11_3 Assistir en l'organització i seguiment del pla de mitjans i suports establerts.
	UC_2-2189-11_3 Elaborar i difondre en diferents suports, materials, senzills i autoditables, publipromocionals i informatius.
Atenció al/la client/a, consumidor/a o usuari/ària CM_2-087_3	UC_2-0241-11_2 Executar les accions del servei d'atenció al/la client/a, consumidor/a, usuari/ària.
	UC_2-0245-11_3 Gestionar les queixes i reclamacions del client/a, consumidor/a, usuari/ària.
Gestió comercial i financera del transport per carretera CM_2-651_3	UC2183_3 Gestionar l'activitat economicofinancera del transport per carretera.

5. Objectius generals

- a) Conèixer i valorar les fonts i productes financers disponibles, com ara crèdits, préstecs i altres instruments financers, així com les possibles subvencions, i seleccionar-ne els més convenients per a l'empresa, analitzant la informació comptable i avaluant els costos, riscos, requisits i garanties exigides per les entitats financeres per obtenir els recursos financers necessaris que es requereixen en el desenvolupament de l'activitat.
- b) Elaborar informes de base i brífings, analitzant i definint les diferents estratègies comercials de les variables de màrqueting mix, per assistir en l'elaboració i seguiment de les polítiques i plans de màrqueting.
- c) Utilitzar les noves tecnologies de la comunicació a través d'internet, construint, allotjant i mantenint pàgines web corporatives i gestionant els sistemes de comunicació digitals, per planificar o realitzar accions de màrqueting digital.
- b) Elaborar informes de base i brífings, analitzant i definint les diferents estratègies comercials de les variables de màrqueting mix per assistir en l'elaboració i seguiment de les polítiques i plans de màrqueting.
- c) Utilitzar les noves tecnologies de la comunicació a través d'Internet, construint, allotjant i mantenint pàgines web corporatives i gestionant els sistemes de comunicació digitals per planificar i portar a terme accions de màrqueting digital.
- d) Dissenyar plans de recerca comercial, determinant les necessitats d'informació, recollint les dades secundàries i primàries necessàries per obtenir i organitzar informació fiable dels

mercats.

- i) Elaborar informes comercials, analitzant la informació obtinguda del mercat mitjançant l'aplicació de tècniques estadístiques, per establir un sistema d'informació de màrqueting (SIM) eficaç.
- f) Determinar les característiques del personal de camp, definint criteris de selecció, dimensió, formació, motivació i remuneració, per organitzar grups d'enquestadors i/o entrevistadors.
- g) Interpretar correctament un qüestionari i les instruccions adjuntes i passar-lo als enquestats, garantint la fluïdesa i exactitud de les respostes efectuades, per realitzar enquestes i/o entrevistes.
- h) Definir els objectius i els instruments de les relacions públiques de l'empresa o de l'organització, d'acord amb el que s'estableix en el pla de màrqueting, per dissenyar la política de relacions públiques de l'empresa.
- i) Relacionar i coordinar els diferents proveïdors, actors i agents intervinents, dirigint i supervisant l'esdeveniment segons el protocol establert i resolent les incidències de forma proactiva per organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació.
- j) Organitzar el departament d'atenció al client i establir les línies d'actuació per aconseguir la satisfacció i fidelització dels clients, aplicant tècniques de comunicació adequades per gestionar els serveis d'atenció i informació al client.
- k) Establir el procediment d'atenció i resolució de queixes i reclamacions de clients, aplicant tècniques de comunicació i negociació adequades i/o de mediació o arbitratge per gestionar les queixes i reclamacions del client, consumidor i usuari.
- l) Realitzar propostes de combinació de mitjans i suports publicitaris, respectant la normativa vigent en matèria de publicitat i redactant informes de control d'emissió i curs, per elaborar el pla de mitjans publicitaris.
- m) Elaborar l'argumentari de vendes del producte o servei per a la seva presentació a la xarxa de vendes i definir les accions de màrqueting i de promoció comercial, analitzant dades del sistema d'informació de mercats i el brífing del producte, per gestionar el llançament i la implantació de productes i/o serveis al mercat.
- n) Aplicar tècniques de comunicació publicitària persuasives i d'atracció del client seleccionant continguts, textos i imatges, i utilitzant l'estil propi de la comunicació comercial i informativa de l'empresa per elaborar materials publipromocionals i informatius.
- o) Gestionar en anglès les relacions amb clients, proveïdors, organismes públics, banca nacional i internacional i altres operadors que intervenen en les activitats comercials.
- p) Analitzar i utilitzar els recursos i les oportunitats d'aprenentatge relacionats amb l'evolució científica, tecnològica i organitzativa del sector i les tecnologies de la informació i la comunicació per mantenir l'esperit d'actualització i adaptar-se a noves situacions laborals i personals.
- q) Desenvolupar la creativitat i l'esperit d'innovació per respondre als reptes que es presenten en els processos i en l'organització del treball i de la vida personal.
- r) Prendre decisions de forma fonamentada, analitzant les variables implicades, integrant sabers de diferent àmbit i acceptant els riscos i la possibilitat d'equivocació, per afrontar i resoldre diferents situacions, problemes o contingències.
- s) Desenvolupar tècniques de lideratge, motivació, supervisió i comunicació en contextos de treball en grup per facilitar l'organització i la coordinació d'equips de treball.
- t) Aplicar estratègies i tècniques de comunicació, adaptant-se als continguts que es transmetran, a la finalitat i a les característiques dels receptors, per assegurar l'eficàcia en els processos de comunicació.
- u) Avaluar situacions de prevenció de riscos laborals i de protecció ambiental, proposant i aplicant mesures de prevenció personals i col·lectives, d'acord amb la normativa aplicable

en els processos de treball per garantir entorns segurs.

v) Identificar i proposar les accions professionals necessàries per donar resposta a l'accessibilitat universal i al disseny per a tothom.

w) Identificar i aplicar paràmetres de qualitat en els treballs i activitats fets en el procés d'aprenentatge per valorar la cultura de l'avaluació i de la qualitat, i tenir capacitat per supervisar i millorar procediments de gestió de qualitat.

x) Utilitzar procediments relacionats amb la cultura emprenedora, empresarial i d'iniciativa professional per portar a terme la gestió bàsica d'una petita empresa o emprendre un treball.

y) Reconèixer els seus drets i deures com a agent actiu en la societat, tenint en compte el marc legal que regula les condicions socials i laborals, per participar com a ciutadà democràtic.

6. Taula de mòduls professionals, durada i especialitat de professorat

Mòduls Professionals	Durada	Especialitat del cos de professorat
MP1 Atenció al client, consumidor i usuari	66	PT 621
MP2 Disseny i elaboració de material de comunicació	88	PT 621
MP3 Gestió econòmica i financera de l'empresa	110	PS 510
MP4 Investigació comercial	99	PS 510
MP5 Treball de camp en la investigació comercial	55	PT 621
MP6 Llançament de productes i serveis	66	PS 510
MP7 Màrqueting digital	110	PT 621
MP8 Mitjans i suports de comunicació	55	PS 510
MP9 Polítiques de màrqueting	110	PS 510
MP10 Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting	66	PS 510
MP11 Anglès	132	PS AN/ PS 510*/ PT 621*
MP12 Formació i orientació laboral.	66	PS 505
MP13 Projecte de màrqueting i publicitat perfil enològic	231	PS 510/ PS516/ PT614/PT616/PT 621 ESP
	33	PS 505
MP14 Formació en centres de treball.	416	
MP15 Recursos per l'enoturisme	66	PS 510
MP16 Tast i cultura vitivinícola	99	PS 516/ESP
MP17 Viticultura i enologia	132	PS516/PT614/PT616/E SP

En el cas de centres que no depenguin del Departament d'Educació s'aplicaran les titulacions establertes en l'Ordre ENS/101/2018, de 27 de juny.

*amb habilitació lingüística corresponent al nivell B2 del Marc comú europeu de referència.

7. Correspondència d'unitats de competència i mòduls professionals

Taula 1: correspondència de les unitats de competència amb els mòduls professionals que formen part del currículum d'aquest cicle formatiu per a la convalidació

Unitats de competència del Catàleg de qualificacions professionals de Catalunya	Mòduls professionals
UC_2-2185-11_3: Assistir en la definició i seguiment de les polítiques i el pla de màrqueting	MP9 Polítiques de màrqueting
UC_2-2183-11_3: Gestionar l'activitat econòmica i financera del transport per carretera	MP3 Gestió econòmica i financera de l'empresa
UC_2-2189-11_3: Elaborar i difondre en diferents suports, materials, senzills i autoeditables, publipromocionals i informatius.	MP2 Disseny i elaboració de material de comunicació
UC_2-2188-11_3: Assistir en l'organització i seguiment del pla de mitjans i suports establerts	MP8 Mitjans i suport de comunicació
UC_2-2187-11_3: Organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació, seguint el protocol i els criteris establerts.	MP10 Relacions públiques i organització
UC_2-0993-11_3: Preparar la informació i instruments necessaris per la investigació de mercats UC_2-0997-11_3: Col·laborar en l'anàlisi i l'obtenció de conclusions a partir de la investigació de mercats.	MP4 Investigació comercial
UC_2-0994-11_3: Organitzar i controlar l'activitat dels enquestadors UC_2-0995-11_2: Realitzar enquestes i/o entrevistes utilitzant les tècniques i procediments establerts.	MP5 Treball de camp en la investigació comercial
UC_2-2186-11_3: Gestionar el llançament i implantació de productes i serveis en el mercat	MP6 Llançament de productes i serveis
UC_2-0241-11_2: Executar les accions del servei d'atenció al/la client/a, consumidor/a, usuari/ària. UC_2-0245-11_3: Gestionar les queixes i reclamacions del client/a, consumidor/a, usuari/ària.	MP1 Atenció al client, consumidor i usuari

Taula 2: correspondència dels mòduls professionals que formen part del currículum d'aquest cicle formatiu amb les unitats de competència per a l'acreditació.

Mòduls professionals	Unitats de competència del Catàleg de qualificacions professionals de Catalunya
MP9 Polítiques de màrqueting	UC_2-2185-11_3: Assistir en la definició i seguiment de les polítiques i el pla de màrqueting
MP3 Gestió econòmica i financera de l'empresa	UC_2-2183-11_3: Gestionar l'activitat econòmica i financera del transport per carretera
MP2 Disseny i elaboració de material de comunicació	UC_2-2189-11_3: Elaborar i difondre en diferents suports, materials, senzills i autoeditables, publipromocionals i informatius.
MP8 Mitjans i suport de comunicació	UC_2-2188-11_3: Assistir en l'organització i seguiment del pla de mitjans i suports establerts
MP10 Relacions públiques i organització	UC_2-2187-11_3: Organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació,

	seguint el protocol i els criteris establerts.
MP4 Investigació comercial	UC_2-0993-11_3: Preparar la informació i instruments necessaris per la investigació de mercats UC_2-0997-11_3: Col·laborar en l'anàlisi i l'obtenció de conclusions a partir de la investigació de mercats.
MP5 Treball de camp en la investigació comercial	UC_2-0994-11_3: Organitzar i controlar l'activitat dels enquestadors UC_2-0995-11_2: Realitzar enquestes i/o entrevistes utilitzant les tècniques i procediments establerts.
MP6 Llançament de productes i serveis	UC_2-2186-11_3: Gestionar el llançament i implantació de productes i serveis en el mercat
MP1 Atenció al client, consumidor i usuari	UC_2-0241-11_2: Executar les accions del servei d'atenció al/la client/a, consumidor/a, usuari/ària. UC_2-0245-11_3: Gestionar les queixes i reclamacions del client/a, consumidor/a, usuari/ària.

8. Organització del currículum en unitats formatives

A continuació es presenta la relació que hi ha entre els mòduls professionals, les hores lectives màximes i mínimes, les hores de lliure disposició (HLD), i les unitats formatives:

Mòduls Professionals	Hores	Unitats formatives	Hores UF
MP1 Atenció al client, consumidor i usuari	66	UF1 Organització de l'atenció al client, consumidor i usuari	22
		UF 2 Gestió i manteniment de dades de clients	22
		UF 3 Gestió de processos de serveis al consumidor	22
MP2 Disseny i elaboració de material de comunicació	88	UF1 Planificació i organització del pla de comunicació	33
		UF2 Elaboració del material de comunicació	55
MP03 Gestió econòmica i financera de l'empresa	110	UF 1 Emprenedoria, creació d'empresa, i inversió i finançament	33
		UF 2 Operativa de compravenda i tresoreria	33
		UF 3 Comptabilitat i fiscalitat empresarial	44
MP04 Investigació comercial	99	UF 1 Planificació de la investigació comercial	22

		UF 2 Fase exploratòria de la investigació comercial	22
		UF 3 Fase concloent de la investigació comercial	22
		UF 4 Tractament, anàlisi i conclusions	33
MP05 Treball de camp en la investigació comercial	55	UF 1 Selecció, formació i motivació del personal de treball de camp	33
		UF 2 Organització i control del personal de treball de camp	22
MP06 Llançament de productes i serveis	66	UF 1 Planificació del llançament	33
		UF 2 Accions de llançament i control	33
MP07 Màrqueting digital	110	UF 1 Eines de màrqueting digital	77
		UF 2 Pla de màrqueting digital	33
MP08 Mitjans i suports de comunicació	55	UF 1 Elaboració del pla de mitjans	33
		UF 2 Control de l'execució del pla de mitjans	22
MP09 Polítiques de màrqueting	110	UF 1 Organització comercial	22
		UF 2 Màrqueting estratègic	33
		UF 3 Màrqueting operacional	33
		UF 4 Pla de màrqueting	22
MP10 Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting	66	UF 1 Relacions públiques i protocol empresarial	33
		UF 2 Organització d'esdeveniments de màrqueting	33
MP11 Anglès	132	UF1 Anglès tècnic	132
MP12 Formació i Orientació Laboral	66	UF1 Incorporació al treball	33
		UF2 Prevenció de riscos laborals	33
MP13 Projecte de gestió de màrqueting i publicitat enològic	264	UF1 Projecte de gestió de màrqueting i publicitat enològic	264
MP14 Formació en centres de treball	416		416
MP15 Recursos per l'enoturisme	66	UF1 Contextualització del sector enoturístic	33
		UF2 Producte i estratègies enoturístiques	33
MP16 Tast i cultura vitivinícola	99	UF1 Anàlisi sensorial	66
		UF2 Vins del món i cultura del vi	33
MP17 Viticultura i enologia	132	UF1 Tècniques de viticultura	33
		UF2 Verema i vinificacions	33
		UF3 Operacions postfermentatives i criança	22
		UF4 Vins escumosos i altres vins	44

En l'**annex 1** es desplega el currículum de les noves UF resultants de la fusió d'antigues UF.

Noves UF		UF originals
MP 6. Tast i cultura vitivinícola	UF2. Vins del món i cultura del vi	UF 2: vins del món.
		UF 3: cultura del vi.
MP17 Viticultura i enologia	UF4. Vins escumosos i altres vins	UF4: Vins escumosos
		UF5: Altres vins

Nota:

L'antic mòdul 15: Productes turístics s'ha substituït per l'actual MP15: Recursos per l'entourisme. Vegeu el document de mòduls professionals.

Assignació horària de professorat:

Mòduls professionals	Grup ≤ 20 alumnes	Desdoblament (%)	Grup > 20 alumnes
MP1 Atenció al client, consumidor i usuari	66	100%	132
MP2 Disseny i elaboració de material de comunicació	88	100%	176
MP3 Gestió econòmica i financera de l'empresa	110	50%	165
MP4 Investigació comercial	99	50%	149
MP5 Treball de camp en la investigació comercial	55	50%	83
MP6 Llançament de productes i serveis	66	50%	99
MP7 Màrqueting digital	110	100%	220
MP9 Polítiques de màrqueting	110	50%	165
MP10 Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting	66	100%	132

		Grup ≤ 20 alumnes	Grup > 20 alumnes
MP13 Projecte de màrqueting i publicitat enològic	PS510 / PS 516	169	290
	PT621 / PT614 / PT 616 / ESP	128	210
	PS505	33	33

9. Hores de lliure disposició

Tota la informació sobre la distribució de les hores de lliure disposició es troba en aquest enllaç:

<http://xtec.gencat.cat/ca/curriculum/professionals/fp/modelcurricular/>

10. Distribució orientativa de mòduls professionals

Distribució del cicle formatiu

Aquest cicle formatiu es desplegarà, ordinàriament, en dos cursos acadèmics. Cadascun dels cursos acadèmics incorporarà una hora de tutoria amb el grup d'alumnes, hora que no està inclosa en el currículum del cicle formatiu.

Per a fomentar la coparticipació de les empreses en el desenvolupament del cicle formatiu mitjançant els mòduls professionals de Projecte i de Formació en Centres de Treball es proposa un segon curs on es realitzaran els esmentats mòduls professionals de Projecte i FCT.

En cas que es realitzi la FCT en el primer curs, no es recomana començar-la abans del tercer trimestre.

D'acord amb el que preveu la normativa reguladora de l'FCT, la formació en centres de treball es podrà realitzar tot alternant-la amb les hores lectives o bé d'una manera intensiva.

Per a facilitar la incorporació dels alumnes a la formació professional dual mitjançant un contracte per a la formació i l'aprenentatge, s'ha de tenir en compte una distribució de mòduls professionals de forma que el temps dedicat a l'activitat formativa no sigui inferior al 25% de la jornada màxima anual prevista en el conveni col·lectiu durant l'any de duració del contracte.

Distribució de l'horari lectiu ordinari

La distribució de l'horari lectiu es farà de dilluns a divendres, segons les instruccions d'inici de curs.

A continuació s'efectua una proposta de distribució dels mòduls professionals.

La proposta que es presenta ha de permetre als centres, d'acord amb la plantilla de què disposen, dels espais i del nombre de cicles que imparteixen, organitzar i estructurar el cicle dins del seu horari lectiu.

Curs 1r	
Mòduls professionals	Hores
MP1 Atenció al client, consumidor i usuari	66
MP3 Gestió econòmica i financera de l'empresa	110
MP4 Investigació comercial	99
MP06 Llançament de productes i serveis	66
MP09 Polítiques de màrqueting	110
MP11 Anglès	132
MP12 Formació i orientació laboral	66
MP15 Recursos per l'enoturisme	66
MP17 Viticultura i enologia	132
	Total
	847
Tutoria	33

Total primer curs	880
-------------------	-----

Curs 2n	
Mòduls professionals	Hores
MP2 Disseny i elaboració de material de comunicació	88
MP05 Treball de camp en la investigació comercial	55
MP07 Màrqueting digital	110
MP08 Mitjans i suports de comunicació	55
MP10 Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting	66
MP16 Tast i cultura vitivinícola	99
MP13 Projecte de màrqueting i publicitat enològic	264
Total	737
Tutoria	33
Total segon curs	770
MP14. Formació en centres de treball	416

11. Mòdul professional de Projecte

El mòdul professional de Projecte s'inclou en tots els cicles de grau superior amb l'objectiu d'integrar les diferents capacitats i coneixements del currículum del cicle. Aquesta integració es concretarà en un projecte o activitat que contempli les variables organitzatives i tecnològiques relacionades amb el títol, a més d'integrar altres coneixements relacionats amb la qualitat, seguretat, medi ambient, cultura emprenedora i orientació laboral.

11.1 Orientacions per a l'organització del mòdul professional de Projecte

El mòdul professional de Projecte possibilitarà la utilització de metodologies globalitzadores i actives d'aprenentatge. Es recomana utilitzar metodologies competencials, prioritàriament col·laboratives, basades en reptes, projectes o simulacions.

Es pot programar i dissenyar més d'un projecte/repte/simulació per tal d'interrelacionar els aprenentatges assolits en els diferents mòduls professionals del cicle formatiu i així completar l'adquisició de les competències professionals, personals i socials incloses en el perfil professional del títol.

És també mitjançant aquest mòdul professional que s'intensificarà la relació amb les empreses de l'entorn socioeconòmic del centre educatiu, ja que els projectes o reptes proposats als alumnes haurien de recollir propostes de les empreses o estar relacionats amb els àmbits de treball concrets d'aquestes.

Així, el mòdul professional de Projecte permet treballar:

- Reptes o projectes plantejats per l'equip docent, de caràcter globalitzador
- Reptes o projectes plantejats a partir de propostes de les empreses
- Transferència de coneixement per respondre a necessitats concretes fixades per les empreses que aportin solucions innovadores
- Reptes que promoguin la creació d'empreses entre l'alumnat

L'equip docent dissenyarà i proposarà les activitats a realitzar d'acord amb els resultats d'aprenentatge inclosos en el currículum del mòdul professional.

11.2 Distribució horària del mòdul professional de Projecte

El mòdul professional de Projecte podrà tenir una distribució horària al llarg del segon curs o al final d'aquest.

L'assignació del mòdul professional de Projecte es distribuirà entre el professorat amb atribució docent en el cicle formatiu, inclòs el professorat de FOL i EIE, al que s'assignaran 33 hores de les hores corresponents al mòdul professional.

12. Incorporació de la llengua anglesa al cicle formatiu

Les necessitats d'un mercat de treball integrat a la Unió Europea fan que la llengua anglesa esdevingui fonamental en la inserció laboral de l'alumnat dels cicles formatius. D'altra banda cal donar resposta al compromís amb els objectius educatius sobre l'anglès plantejats per als propers anys per la pròpia Unió Europea. Amb la finalitat d'incorporar i normalitzar l'ús de la llengua anglesa en situacions professionals habituals i en la presa de decisions en l'àmbit laboral, en aquest cicle formatiu s'hauran de dissenyar activitats d'ensenyament-aprenentatge, que incorporin la utilització de la llengua anglesa, en almenys un dels mòduls professionals del cicle formatiu, d'acord amb el resultat d'aprenentatge i criteris d'avaluació següents:

Resultat d'aprenentatge

1. Interpreta informació professional en llengua anglesa -manuals tècnics, instruccions, catàlegs de productes i/o serveis, articles tècnics, informes, normativa, entre d'altres-, aplicant-ho en les activitats professionals més habituals.
 - 1.1 Aplica en situacions professionals la informació continguda en textos tècnics o normativa relacionats amb l'àmbit professional.
 - 1.2 Identifica i selecciona amb agilitat els continguts rellevants de novetats, articles, notícies, informes i normativa, sobre diversos termes professionals.
 - 1.3 Analitza detalladament les informacions específiques seleccionades.
 - 1.4 Actua en conseqüència per donar resposta als missatges tècnics rebuts a través de suports convencionals -correu postal, fax- o telemàtics -correu electrònic, web.
 - 1.5 Selecciona i extreu informació rellevant en llengua anglesa segons prescripcions establertes, per elaborar en llengua pròpia comparatives, informes breus o extractes.

- 1.6 Complimenta en llengua anglesa documentació i/o formularis del camp professional habituals.
- 1.7 Utilitza suports de traducció tècnics i les eines de traducció assistida o automatitzada de textos.

13. Espais formatius

Espai	30 alumnes	20 alumnes	Grau d'ús
	m ²	m ²	%
Aula polivalent	45	30	25
Aula tècnica	60	40	25
Taller d'infraestructures Taller de sistemes electrònics	120	90	50

14. Mòduls professionals de Formació i Orientació Laboral (FOL) i Empresa i Iniciativa Emprenedora (EIE)

Tota la informació sobre aquests mòduls professionals es troba a la web de l'xtec per a cada família professional.

Família professional Comerç i màrqueting:

<http://xtec.gencat.cat/ca/curriculum/professionals/fp/titolsloe/comermarketing/>

15. Relació de les competències professionals, personals i socials, i els objectius generals amb els mòduls professionals.

Els resultats d'aprenentatge i els continguts dels mòduls professionals capaciten a l'alumnat per a assolir les competències professionals, personals i socials (CPPeS) i els objectius generals (OG).

La taula 1 relaciona les competències professionals, personals i socials (CPPeS) amb els mòduls professionals.

TÍTOL: Tècnic Superior en Màrqueting i Publicitat		MÒDULS PROFESSIONALS														
		Gestió econòmica i financera de l'empresa	Polítiques de màrqueting	Màrqueting digital	Disseny i elaboració de material de comunicació	Mitjans i suports de comunicació	Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting	Investigació comercial	Treball de camp en la investigació comercial	Llançament de productes i serveis	Atenció al client, consumidor i usuari	Anglès	Projecte de màrqueting i publicitat	Formació i orientació laboral	Formació en centres de treball	
C o m p e t è n c i e s P r o f e s s i a o l n s a l s p e r s o n a l s i	1. Realitzar les gestions necessàries per a la constitució i posada en marxa d'una empresa comercial, planificant i gestionant l'obtenció dels recursos financers necessaris que procurin la rendibilitat econòmica i financera de l'empresa.	X											X	X	X	
	2. Assistir en l'elaboració i seguiment de les polítiques i plans de màrqueting, analitzant les variables de màrqueting mix per aconseguir els objectius comercials definits per l'empresa.		X											X	X	X
	3. Planificar i desenvolupar accions de màrqueting digital, gestionant pàgines web i sistemes de comunicació a través d'Internet, per aconseguir els objectius de màrqueting i de la política de comerç electrònic de l'empresa.			X										X	X	X
	4. Obtenir, analitzar i organitzar informació fiable dels mercats, aplicant tècniques estadístiques i establir un sistema d'informació (SIM) eficaç, que serveixi de suport en la definició d'estratègies comercials i en la presa de decisions de màrqueting.							X						X	X	X
	5. Organitzar grups d'enquestadors i/o entrevistadors i realitzar enquestes i/o entrevistes, planificant el treball de camp i utilitzant les tècniques i procediments establerts, per complir els objectius fixats en el pla d'investigació comercial.								X					X	X	X
	6. Dissenyar la política de relacions públiques de l'empresa i organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació, interpretant el briefing, contractant proveïdors, actors i agents, assistint, dirigint i supervisant els esdeveniments, per complir amb l'establert en la política de comunicació del pla de màrqueting.						X							X	X	X
	7. Gestionar els serveis d'atenció i informació al client i de queixes i reclamacions del client, consumidor i usuari, prestant un servei de qualitat per aconseguir la satisfacció plena del client i la transmissió d'una bona imatge de l'empresa o organització.										X			X	X	X
	8. Elaborar el pla de mitjans publicitaris de l'empresa, combinant-los adequadament, i realitzar-ne el seguiment i control per assolir-ne l'execució i eficàcia.					X								X	X	X
	9. Gestionar el llançament i implantació de productes i/o serveis al mercat, aplicant les estratègies de màrqueting i les accions promocionals adequades, d'acord amb l'establert en el pla de màrqueting de l'empresa o organització.								X					X	X	X
	10. Elaborar materials publipromocionals i informatius, respectant la normativa vigent en matèria de publicitat i utilitzant tècniques i aplicacions informàtiques d'edició i disseny en diversos suports, per difondre'ls segons els plans programats.				X									X	X	X
	11. Comunicar-se en anglès amb fluïdesa, tant de paraula com per escrit, amb tots els operadors i organismes que intervenen en les operacions comercials.											X		X	X	X
	12. Adaptar-se a les noves situacions laborals, mantenint actualitzats els coneixements científics, tècnics i tecnològics relatius al seu entorn professional, gestionant la seva formació i els recursos existents en l'aprenentatge al llarg de la vida i utilitzant les tecnologies de la informació i la comunicació.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	13. Resoldre situacions, problemes i contingències amb iniciativa i autonomia en l'àmbit de la seva competència, amb creativitat, innovació i esperit de millora en el treball personal i en el dels membres de l'equip.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	14. Organitzar i coordinar equips de treball amb responsabilitat, supervisant-ne el desenvolupament, mantenint relacions fluïdes i assumint el lideratge, així com aportant solucions als conflictes grupals que es presentin.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	15. Comunicar-se amb els iguals, superiors, clients i persones que estan sota la seva responsabilitat, utilitzant vies de comunicació eficaces, transmetent la informació o coneixements adequats i respectant l'autonomia i competència de les persones que intervenen en l'àmbit del seu treball.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	16. Generar entorns segurs en el desenvolupament del seu treball i el del seu equip, supervisant i aplicant els procediments de prevenció de riscos laborals i ambientals, d'acord amb l'establert per la normativa i els objectius de l'empresa.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	17. Supervisar i aplicar procediments de gestió de la qualitat, d'accessibilitat universal i de «disseny per a tothom», en les activitats professionals incloses en els processos de producció o prestació de serveis.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	18. Realitzar la gestió bàsica per a la creació i funcionament d'una petita empresa i tenir iniciativa en la seva activitat professional amb sentit de la responsabilitat social.	X	X	X			X			X	X			X	X	X
	19. Exercir els seus drets i complir amb les obligacions derivades de la seva activitat professional, d'acord amb l'establert en la legislació vigent, participant activament en la vida econòmica, social i cultural.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X

La taula 2 relaciona els objectius generals (OG) amb les mòduls professionals.

TÍTOL: Tècnic/a Superior en Màrqueting i Publicitat		MÒDULS PROFESSIONALS														
		Gestió econòmica i financera de l'empresa	Polítiques de màrqueting	Màrqueting digital	Disseny i elaboració de material de comunicació	Mitjans i suports de comunicació	Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting	Investigació comercial	Treball de camp en la investigació comercial	Llançament de productes i serveis	Atenció al client, consumidor i usuari	Anglès	Projecte de màrqueting i publicitat	Formació i orientació laboral	Formació en centres de treball	
O b j e c t i u s G e n e r a l s	1. Conèixer i valorar les fonts i productes financers disponibles, tals com a crèdits, préstecs i altres instruments financers, així com les possibles subvencions i seleccionar els més convenients per a l'empresa, analitzant la informació comptable i avaluant els costos, riscos, requisits i garanties exigides per les entitats financeres, per obtenir els recursos financers necessaris que es requereixen en el desenvolupament de l'activitat.	X											X	X	X	
	2. Elaborar informes de base i briefings, analitzant i definint les diferents estratègies comercials de les variables de màrqueting mix, per assistir en l'elaboració i seguiment de les polítiques i plans de màrqueting.		X											X	X	X
	3. Utilitzar les noves tecnologies de la comunicació a través d'Internet, construint, allotjant i mantenint pàgines web corporatives i gestionant els sistemes de comunicació digitals, per planificar i realitzar accions de màrqueting digital.			X										X	X	X
	4. Dissenyar plans d'investigació comercial, determinant les necessitats d'informació, recollint les dades secundàries i primaris necessaris per obtenir i organitzar informació fiable dels mercats.							X						X	X	X
	5. Elaborar informes comercials, analitzant la informació obtinguda del mercat mitjançant l'aplicació de tècniques estadístiques, per establir un sistema d'informació de màrqueting (SIM) eficaç.							X						X	X	X
	6. Determinar les característiques del personal de camp, definint criteris de selecció, dimensió, formació, motivació i remuneració, per organitzar grups d'enquestadors i/o entrevistadors.								X					X	X	X
	7. Interpretar correctament un qüestionari i les instruccions adjuntes i passar-ho als enquestats, garantint la fluïdesa i exactitud de les respostes efectuades, per realitzar enquestes i/o entrevistes.								X					X	X	X
	8. Definir els objectius i instruments de les relacions públiques de l'empresa o organització, d'acord amb l'establert en el pla de màrqueting, per dissenyar la política de relacions públiques de l'empresa.						X							X	X	X
	9. Relacionar i coordinar als diferents proveïdors, actors i agents intervinents, dirigint i supervisant l'esdeveniment segons el protocol establert i resolent les incidències de forma proactiva, per organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació.						X							X	X	X
	10. Organitzar el departament d'atenció al client i establir les línies d'actuació per aconseguir la satisfacció i fidelització dels clients, aplicant tècniques de comunicació adequades per gestionar els serveis d'atenció i informació al client.										X			X	X	X
	11. Establir el procediment d'atenció i resolució de queixes i reclamacions de clients, aplicant tècniques de comunicació i negociació adequades i/o de mediació o arbitratge per gestionar les queixes i reclamacions del client, consumidor i usuari.										X			X	X	X
	12. Realitzar propostes de combinació de mitjans i suports publicitaris, respectant la normativa vigent en matèria de publicitat i redactant informes de control d'emissió i compra, per elaborar el pla de mitjans publicitaris.					X								X	X	X
	13. Elaborar l'argumentari de vendes del producte o servei per a la seva presentació a la xarxa de vendes i definir les accions de màrqueting i de promoció comercial, analitzant dades del sistema d'informació de mercats i el briefing del producte, per gestionar el llançament i implantació de productes i/o serveis al mercat.									X				X	X	X
	14. Aplicar tècniques de comunicació publicitària persuasives i d'atracció del client, seleccionant continguts, textos i imatges i utilitzant l'estil propi de la comunicació comercial i informativa de l'empresa per elaborar materials publipromocionals i informatius.				X									X	X	X
	15. Gestionar en anglès les relacions amb clients, proveïdors, organismes públics, banca nacional i internacional i altres operadors que intervenen en les activitats comercials.											X		X	X	X
	16. Analitzar i utilitzar els recursos i oportunitats d'aprenentatge relacionats amb l'evolució científica, tecnològica i organitzativa del sector i les tecnologies de la informació i la comunicació, per mantenir l'esperit d'actualització i adaptar-se a noves situacions laborals i de la vida personal.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	17. Desenvolupar la creativitat i l'esperit d'innovació per respondre als reptes que es presenten en els processos i en l'organització del treball i de la vida personal.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	18. Prendre decisions de forma fonamentada, analitzant les variables implicades, integrant sabers de diferent àmbit i acceptant els riscos i la possibilitat d'equivocació en les mateixes, per afrontar i resoldre diferents situacions, problemes o contingències.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	19. Desenvolupar tècniques de lideratge, motivació, supervisió i comunicació en contextos de treball en grup, per facilitar l'organització i coordinació d'equips de treball.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	20. Aplicar estratègies i tècniques de comunicació, adaptant-se als continguts que es van a transmetre, a la finalitat i a les característiques dels receptors, per assegurar l'eficàcia en els processos de comunicació.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	21. Avaluar situacions de prevenció de riscos laborals i de protecció ambiental, proposant i aplicant mesures de prevenció personals i col·lectives, d'acord amb la normativa aplicable en els processos de treball, per garantir entorns segurs.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	22. Identificar i proposar les accions professionals necessàries, per donar resposta a l'accessibilitat universal i al «disseny per a tothom».	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	23. Identificar i aplicar paràmetres de qualitat en els treballs i activitats realitzats en el procés d'aprenentatge, per valorar la cultura de l'avaluació i de la qualitat i ser capaços de supervisar i millorar procediments de gestió de qualitat.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	24. Utilitzar procediments relacionats amb la cultura emprenedora, empresarial i d'iniciativa professional, per realitzar la gestió bàsica d'una petita empresa o emprendre un treball.	X	X	X			X			X	X			X	X	X
	25. Reconèixer els seus drets i deures com a agent actiu en la societat, tenint en compte el marc legal que regula les condicions socials i laborals, per participar com a ciutadà democràtic.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Mòdul professional 16: tast i cultura vitivinícola

Durada: 99 hores

Hores de lliure disposició: no se n'assignen

Equivalència en crèdits ECTS: 5

Unitats formatives que el componen:

UF 1: anàlisi sensorial. 66 hores

UF 2: vins del món i cultura del vi. 33 hores (modificada)

Uf 2: vins del món i cultura del vi.

Durada: 33 hores

Resultats d'aprenentatge i criteris d'avaluació

1. Reconeix l'origen geogràfic dels productes descrivint-ne les característiques específiques.

Criteris d'avaluació

1.1 Analitza les característiques vitivinícoles de les diferents regions productores.

1.2 Analitza les varietats i les tècniques pròpies d'elaboració de cada regió.

1.3 Caracteritza la tipicitat del vi que es relaciona amb una àrea geogràfica determinada, regió, denominació d'origen.

1.4 Identifica els atributs varietals. ^[1]_[SEP]

1.5 Reconeix els matisos organolèptics originats per les tècniques singulars d'elaboració.

1.6 Identifica les denominacions d'origen d'Espanya.

2. Identifica el valor sociocultural del vi, relacionant-lo amb la història, l'impacte social, la influència en la salut i l'enoturisme.

Criteris d'avaluació

2.1 Analitza l'evolució de la vinya i del vi a través de la història, l'origen, el comerç i la importància en les diferents etapes històriques. ^[1]_[SEP]

2.2 valora la repercussió de la viticultura en el desenvolupament rural i el manteniment del medi ambient.

2.3 Reconeix els cellers més importants de cada regió. ^[1]_[SEP]

2.4 Identifica la influència dels cellers en el prestigi de les regions productores.

2.5 Reconeix l'enoturisme com a valor afegit per als cellers i l'entorn. ^[1]_[SEP]

2.6 Identifica els criteris establerts en el maridatge de vins i aliments. ^[1]_[SEP]

2.7 Reconeix els efectes per a la salut del consum de vi i altres productes derivats.

Continguts

1. Reconeixement de l'origen geogràfic i varietal:

1.1 Països tradicionals. Espanya. França, Itàlia, Alemanya, Portugal. Regions.

1.2 Nous països productors. Austràlia, Xile, Sud-àfrica, Argentina, Estats Units (Califòrnia). Varietats.

1.3 Regions productores a Espanya. ^[L]_[SEP]

1.4 Denominacions d'origen. ^[L]_[SEP]

1.5 Diferenciació mitjançant l'anàlisi sensorial de determinats vins segons ^[L]_[SEP] origen geogràfic, varietal o l'elaboració.

2. Identificació del valor sociocultural del vi:

2.1 Importància del cultiu de la vinya en el medi rural. ^[L]_[SEP]

2.2 Rutes turístiques del vi. ^[L]_[SEP]

2.3 Enoturisme. ^[L]_[SEP]

2.4 Cultura del vi. Revistes. Pàgines web. Cursos de tast. vinoteques. ^[L]_[SEP]

2.5 Importància del vi en la gastronomia. Criteris de maridatge. ^[L]_[SEP]

Mòdul professional 17: Viticultura i enologia

Durada: 132 hores

Unitats formatives que el componen:

UF1: Tècniques de viticultura. 33 hores

UF2: Verema i vinificacions. 33 hores

UF3: Operacions postfermentatives i criança. 22 hores

UF4: Vins escumosos i altres fins. 44 hores (modificada)

Uf 4: Vins escumosos i altres vins.

Durada: 44 hores

Resultats d'aprenentatge i criteris d'avaluació

1. Identifica els processos d'elaboració de vins escumosos, reconeixent-ne les diferents tècniques.

Criteris d'Avaluació

- 1.1 Identifica i interpreta la normativa que defineix l'elaboració dels vins escumosos.
 - 1.2 Identifica les característiques de la matèria primera per a l'elaboració de vins escumosos.
 - 1.3 Detalla els mètodes d'elaboració de vins escumosos (tradicional, Charmat o granvàs, transfer, gasificat).
 - 1.4 Identifica els equips i les instal·lacions d'estabilització i envasament dels vins escumosos.
2. Identifica els processos d'elaboració de misteles, vins dolços, licorosos i generosos reconeixent-ne les diferents tècniques.

criteris d'avaluació

- 2.1 Identifica i interpreta la normativa que defineix l'elaboració de misteles, vins dolços, licorosos i generosos.
- 2.2 Identifica les característiques de la matèria primera per a l'elaboració de vins dolços, licorosos i generosos.
- 2.3 Reconeix els diferents mètodes d'elaboració de misteles, vins dolços, licorosos i generosos.
- 2.4 Identifica les diferències entre criança oxidativa i criança biològica i la seva influència en les característiques organolèptiques dels vins generosos.

Continguts

1. Vins escumosos:
 - 1.1 Vins escumosos. Tipus. Mètodes d'elaboració. Normativa.
 - 1.2 Característiques de la matèria primera.
 - 1.3 El tiratge. Llevats específics i diferents, peu de bóta. Nutrició necessària. Els clarificadors. L'embotellament, característiques.
 - 1.5 Segona fermentació. La presa d'escuma. La criança i la lisi cel·lular.
 - 1.6 Manipulació d'ampolles amb pressió. La remoguda i el degollament. El licor d'expedició, característiques.
2. Misteles, vins dolços, generosos i licorosos:
 - 2.1 Les misteles, els vins dolços i licorosos. Tipus de vins. Varietats.
 - 2.2 L'estabilització i la conservació dels vins dolços i licorosos.
 - 2.3 Vins generosos. Tipus. Varietats.
 - 2.4 Criança biològica i criança oxidativa. Fonaments. Condicions ambientals. Influència organolèptica.