



PROFESSOR/A: Bernat Tolosa

CFGM Perruqueria i cosmètica capil·lar

MÒDUL MP10		Marketing i venda en establiments d'imatge personal	DURADA: 66 H	
UF	Títol	Nombre d'hores programades:	Data prevista d'Inici /Data finalització	
UF 1	Màrqueting i comunicació	32h	17/01/2024	22/05/2024
UF 2	Promoció i venda en productes i serveis	30h	13/09/2023	16/01/2024

1. Observacions d'aquest Mòdul:

El mòdul consta de dues UF de distribució durant el segon curs, és de caràcter presencial durant 2 hores la setmana.

2. Resultats d'aprenentatge (RA) i criteris d'avaluació (CA):

<http://www.xtec.cat/web/curriculum/professionals/fp/titolsloe>

Nota per l'alumnat: Els criteris d'avaluació indiquen les accions i els continguts de l'activitat o condicions que permeten valorar si s'ha aconseguit el resultat d'aprenentatge establert.

Cada RA es concreta amb diversos criteris d'avaluació (CA).

El RA expressa la competència que ha d'adquirir l'alumnat, a través de l'aprenentatge per a poder desenvolupar funcions o processos i obtenir productes o resultats



UF NÚM.: 1 - TÍTOL: màrqueting i comunicació	
RESULTATS D'APRENENTATGE	CRITERIS D'AVUACIÓ
RA1. Identifica els elements del màrqueting analitzant-ne la seva aplicació en el sector de la imatge personal.	1.1 Identifica els diferents tipus de màrqueting. 1.2 Valora la importància del màrqueting en l'àmbit de la imatge personal. 1.3 Defineix el concepte de màrqueting mix. 1.4 Estableix les relacions dels components del màrqueting mix entre si. 1.5 Analitza la importància del preu com a eina del màrqueting mix. 1.6 Identifica canals de distribució majoristes i detallistes relacionats amb la imatge personal. 1.7 Valora les franquícies de perruqueria i estètica com un tipus de distribució amb possibilitats d'autoocupació. 1.8 Estableix les fases del pla de màrqueting. 1.9 Diferencia entre un producte i un servei.
RA2. Caracteritza els diferents tipus de clients analitzant-ne les motivacions de compra.	2.1 Valora els clients com l'element més important en les empreses d'imatge personal. 2.2 Analitza les variables que influeixen en el consum de productes i serveis d'imatge personal. 2.3 Identifica les motivacions de compra dels clients. 2.4 Determina les fases del procés de compra. 2.5 Classifica els clients a partir de la seva tipologia, caràcter i rol. 2.6 Descriu les tècniques bàsiques de fidelització.
RA3. Determina les pautes d'atenció als clients emprant les tècniques de comunicació i les seves eines	3.1 Identifica els principis, etapes, objectius i barreres de la comunicació. 3.2 Enumera les diferents eines que utilitzen les empreses d'imatge personal en la comunicació interna i externa amb els clients. 3.3 Analitza la importància del llenguatge en la comunicació verbal amb els clients. 3.4 Valora la importància de la cortesia, l'amabilitat, el respecte i l'interès en la comunicació interpersonal. 3.5 Identifica les fases de la comunicació telefònica. 3.6 Valora la importància de la comunicació gestual en les relacions comercials. 3.7 Determina el protocol d'atenció als clients en totes les fases del procés des de la recepció fins al comiat. 3.8 Elabora els escrits adequats a cada situació de manera clara i concisa en funció de la seva finalitat i del canal que s'utilitzi. 3.9 Estableix les fases d'una presentació comercial. 3.10 Utilitza les noves tecnologies per a l'elaboració de projectes de comunicació escrita en les seves diferents formes.



RA4. Aplica les tècniques del marxandatge promocional utilitzant els instruments específics i adequant-los a la imatge de l'empresa.	4.1 Defineix el concepte de marxandatge i estableix els seus objectius. 4.2 Valora la importància del marxandatge en els establiments d'imatge personal. 4.3 Especifica els elements del marxandatge. 4.4 Relaciona els efectes de l'ambientació visual, sonora i olfactiva i la seva influència en el procés de venda. 4.5 Identifica la cartelleria, els rètols i expositors dels centres de venda. 4.6 Analitza la funció de l'aparador i la seva influència en la decisió de compra dels consumidors. 4.7 Combina els diferents elements del marxandatge amb l'aplicació de les mesures de control de qualitat corresponents.
---	--

RESULTATS D'APRENENTATGE	CRITERIS D'AVUACIÓ
RA1. Aplica les tècniques de promoció i publicitat de productes i serveis justificant la selecció dels instruments emprats.	1.1 Valora la publicitat i la promoció com a eines importants en el procés de venda de productes i serveis. 1.2 Identifica els factors que intervenen en la publicitat. 1.3 Elabora la publicitat d'un producte o servei estètic. 1.4 Classifica les promocions de venda en funció del seu públic objectiu. 1.5 Identifica els objectius i els instruments de les accions promocionals que es realitzen en les empreses de serveis estètics. 1.6 Valora les demostracions com a tècniques de promoció específiques en l'àmbit de la imatge personal.
RA2. Realitza demostracions de venda de serveis i productes d'imatge personal aplicant-hi les tècniques específiques.	2.1 Descriu les qualitats i les actituds dels assessors de vendes en les relacions comercials. 2.2 Elabora una programació d'acció de venda pròpia. 2.3 Identifica la normativa aplicada a la venda de productes i serveis estètics. 2.4 Reconeix les diferents tècniques de venda. 2.5 Estableix pautes per a la resolució de objeccions a la venda. 2.6 Realitza la facturació i el cobrament.
RA3. Realitza la postvenda de serveis i productes d'imatge personal aplicant els protocols de reclamació i queixes establerts i gestionant la documentació corresponent.	3.1 Reconeix les situacions comercials que precisen seguiment i postvenda. 3.2 Identifica la documentació del seguiment comercial. 3.3 Identifica els procediments utilitzats en la postvenda. 3.4 Identifica els procediments utilitzats en la resolució de reclamacions i queixes. 3.5 Utilitza les eines informàtiques de gestió. 3.6 Detecta les desviacions produïdes i proposa mesures correctives. 3.7 Valora el grau de satisfacció dels clients.



3. Bibliografia i webgrafia recomanada:

No es disposa de llibre de text, s'anirà donant apunts al llarg del curs i es trobaran penjats al Moodle.

4. Plataforma moodle a on es trobaran :

Apunts de classe, enunciats d'activitats i tasques, altres recursos com: webs d'interès, recursos audiovisuals, etc. Material de suport.

Tipus d'aula

Les sessions es realitzen a les aules assignades i reflectides a l'horari de l'alumnat. Aquest mòdul s'impartirà a una aula teòrica amb pissarra, canó projector i connexió a internet.

5. Sortides o activitats previstes

Les activitats s'aniran programant en funció de com va evolucionant el grup, la possibilitat i l'interès que aporti l'activitat.

6. Criteris generals d'avaluació i recuperació:

- El mòdul està format per UNITATS FORMATIVES (UF).
- Cada UF s'avalua independentment de les altres.
- La nota final del mòdul és el resultat de la mitja ponderada a partir de la nota de les UFs (≥ 5).
- L'assistència a classe és indispensable i obligatòria. Si al llarg del curs un alumne supera un 20% de les hores d'una UF perd l'avaluació continuada, i l'UF li quedarà suspesa en la primera avaluació ordinària, fins tenir dret a gaudir de la segona avaluació de la mateixa UF (juny)
- Amb cada matrícula a les unitats formatives l'alumne/a disposa del dret a dues convocatòries d'avaluació ordinària per curs (amb un màxim de quatre).

1ª Convocatòria d' Avaluació Ordinària (la que es va fent al llarg del curs): Cada UF s'avalua dins del període de durada de la pròpia UF. L'avaluació es realitzarà a partir de pràctiques i/o qüestionaris i/o treballs. Cada UF té una sèrie d'activitats d'avaluació que es detallen a l'alumnat en començar-la o al llarg de la seva impartició. Les estratègies de recuperació de cada UF es detallen a l'alumnat en començar-la.





2ª Convocatòria d' Avaluació Ordinària (convocatòria de juny): En cas de no superar alguna de les UF a la 1ª convocatòria els alumnes tenen dret a presentar-se a la convocatòria de juny. Les estratègies de recuperació de cada UF es detallen a l'alumnat en començar-la. La presentació a aquesta convocatòria és voluntària, l'alumne/a que no s'hi presenti no se li comptarà la convocatòria a efectes del còmput màxim.

Per a la superació del mòdul s'ha d'haver superat cada una de les UF amb una nota de 5 o més.

7. Criteris específics d'avaluació i recuperació

Fórmula d'avaluació del mòdul: **$QMP = 0,5QUF1 + 0,5QUF2$**

La qualificació de la UF1 (QUF1) s'obté a través de la fórmula següent:

$$QUF1 = (QRA1 \times 0,25) + (QRA2 \times 0,25) + (QRA3 \times 0,25) + (QRA4 \times 0,25)$$

El següents quadres mostren com s'obté la qualificació de cada RA, en funció dels instruments d'avaluació:

QRA	Activitats	Tasques	Prova escrita
	20%	30%	50%

La qualificació de la UF2 (QUF2) s'obté a través de la fórmula següent:

$$QUF2 = (QRA1 \times 0,35) + (QRA2 \times 0,35) + (QRA3 \times 0,30)$$

El següents quadres mostren com s'obté la qualificació de cada RA, en funció dels instruments d'avaluació:

QRA	Activitats	Tasques	Prova escrita
	20%	30%	50%

No es farà mitjana si la nota de les proves o treballs no supera el 4

La recuperació de la UF, es faran amb la prova pertinent, entregant les activitats o bé amb prova escrita. Caldrà treure una nota de 5.

