

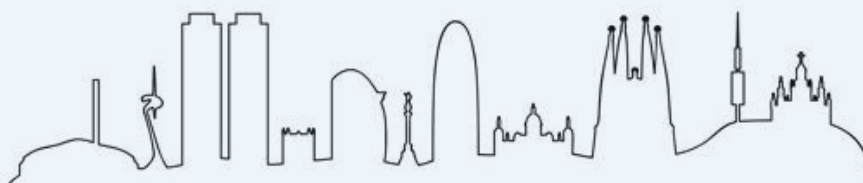
Escola
CENTRE DE FORMACIÓ



CFGs MÀRQUETING I PUBLICITAT

GUIA DIDÀCTICA 2025-26

1r CURS – 1r QUADRIMESTRE



www.escolaisc.cat

RESUM ACADÈMIC

Any acadèmic	2025-26
Curs	1r
Quadrimestre	1r
Calendari escolar	15 de setembre de 2025 a 31 de gener de 2026
Període de docència	15 de setembre de 2025 a 17 de gener de 2026
Període de Recuperacions	20 al 30 de gener de 2026
Període d'Avaluació Extraordinària	No definit
Mòduls professionals	Gestió econòmica i financera de l'empresa (anual) Investigació comercial (quadrimestral) Polítiques de màrqueting (anual) Anglès (anual) Català professional (anual) Màrqueting digital (anual) Mitjans i suports de comunicació (anual) Atenció al client, consumidor i usuari (quadrimestral)
Professors	Llum Torrents , Llicenciada en Història de l'art (1987), Graduada en Dret (2015), Doctora en Comunicació (2016), Màster en Dret (2018) Marc Sánchez , Llicenciat en Ciències econòmiques i empresarials (1998) Eva Mora , Llicenciada en Belles Arts, Universitat de Barcelona (1994) Jesús Palomar , Llicenciat en Ciències Polítiques i de l'Administració (2010); Doctorat (2024) Carme Ponce , Llicenciada en Economia, (2002) Albert Gasull , Graduat en Filosofia (2012)
Modalitat	Presencial

PLA D'ESTUDIS (1r curs)

MP1: Atenció al client, consumidor i usuari. En aquest mòdul es desenvolupen els continguts propis de la comunicació amb els clients i els consumidors, treballant la gestió de la informació i dels processos de serveis al consumidor incloent les possibles queixes o reclamacions que poguessin sorgir.

MP2: Disseny i elaboració de material de comunicació. Aquest mòdul ofereix el contingut propi del cicle enfocat a tot allò que comporta el disseny del producte, els canals de comunicació, d'investigació comercial, els processos d'elaboració de cosmètica, etc.

MP3: Gestió econòmica i financera de l'empresa. Aquesta matèria estudia i valora el cost dels productes, tenint en compte el procés de producció i tots aquells elements propis de la fabricació de materials i continguts.

MP4: Investigació comercial. Aquí preparem per investigar el procés comercial del consumidor, les eines necessàries per saber com es pot obtenir un bon resultat en veure un producte.

MP5: Treball de camp en la investigació comercial. Aquest mòdul, complementari de l'anterior, permet introduir l'estudiant en el sector de la informació comercial dels diversos productes, per mitjà d'entrevistes i altres recursos, obtenint elements necessaris per conèixer la viabilitat d'un producte en el mercat.

MP6: Llançament de productes i serveis. MP6 s'ofereix en llengua anglesa i en ell ensenyem com es prepara un producte de cosmètica i la seva campanya de promoció en els mercats nacional i internacional. Utilitzant els mitjans de comunicació tant tradicionals com les últimes tecnologies.

MP7: Màrqueting digital. Mòdul molt important, ja que es treballen les eines que ofereix la digitalització del màrqueting aplicat a la cosmètica, el disseny del ~~packaging~~ i altres elements.

MP8: Mitjans i suport de comunicació. En aquest mòdul s'aprèn tot allò que té a veure amb els principals mitjans de comunicació, tant escrits com tecnològics (anuncis).

MP9: Polítiques de màrqueting. Mòdul que aporta a l'alumne els coneixements imprescindibles en el sector del màrqueting operacional i estratègic i de l'organització comercial.

MP10: Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting. És molt important, sabent com s'ha de presentar un producte i conèixer-ne el protocol necessari per fer la publicitat per tal de seduir el mercat, amb els actes públics habituals per informar al sector.

MP11: Anglès. És un mòdul imprescindible, atès que aquesta llengua és molt important per a les relacions comercials en aquest sector tant internacionalitzat. L'escola ofereix també un reforç complementari en anglès oral.

MP12: Formació i orientació laboral. Mòdul obligatori per a tots els cicles formatius, que serveix per completar la formació de l'alumne en el sector laboral.

MP13: Projecte de Màrqueting i publicitat. Treball final del curs. Molt important perquè recull tot allò que l'alumne ha après i que s'ha de materialitzar en un projecte final. Una part del treball es fa en anglès. El projecte final està tutelat pels professors dels diferents àmbits del curs.

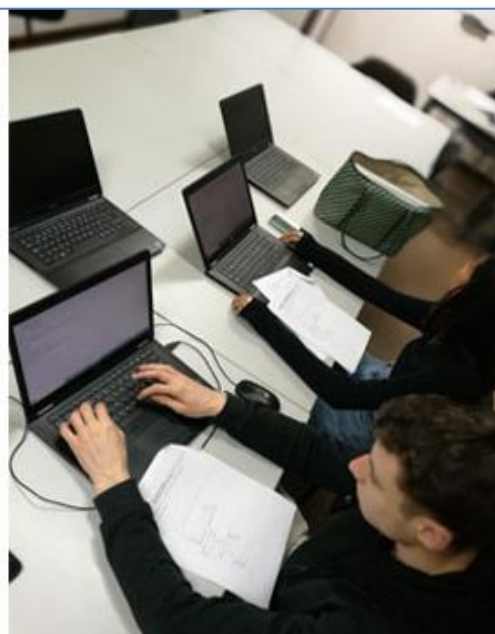
MP14: Pràctiques professionals. En aquest mòdul es faran pràctiques en empreses del sector amb les quals es pot aprendre tot allò que s'ha après durant el curs i que ara caldrà materialitzar en les pràctiques professionals. Hi ha possibilitat real d'inserció laboral en aquestes empreses.

PLA DOCENT (1r curs, 1r quadrimestre)

Mòdul	0623. Gestió econòmica i financera de l'empresa
Professor/a	Marc Sánchez
Durada	165 hores
Calendari	Del 16 de setembre de 2025 al 30 de gener de 2026
Quadrimestre	Primer i segon
Idioma/es	Català
Continguts	En aquesta assignatura l'alumne rebrà una formació que comprèn conceptes i definicions d'economia, que s'utilitzaran durant la gestió diària en les petites empreses. D'altres seran per comprendre la relació de l'empresa en un entorn jurídic-legal, laboral i mercantil. Un cop assolits els coneixements, l'alumne ha de poder: 1. Saber gestionar una petita organització a nivell econòmic, coneixent els documents d'ús diari, així com els mitjans de comunicació en l'entorn de l'empresa. 2. Gestionar equips laborals, relació amb proveïdors/creditors, relació amb l'administració pública i obligacions fiscals. 3. Gestionar el tancament comptable i declaracions anuals que cal presentar i interpretar documentació econòmica presentada als registres mercantils. <u>Continguts:</u> 1. Recopilació d'informació sobre iniciatives emprenedores i oportunitats de creació d'empreses 2. Establiment de la forma jurídica d'una empresa 3. Obligacions fiscals i laborals de l'empresa 4. Determinació de les formalitats per a la compra i/o lloguer de vehicles i altres actius 5. Elaboració de factures, rebuts i documents de cobrament i pagament 6. Gestió del procés comptable i fiscal a les empreses 7. Determinació de la rendibilitat de les inversions
Sistema d'avaluació	El curs es divideix en 7 unitats, concretades en 7 resultats d'aprenentatge (RA). Al final de cadascuna d'elles es farà un examen que ponderarà el mateix (80% en total).

Mòdul	1010. Investigació comercial
Professor/a	Llum Torrents
Durada	99 hores
Calendari	Del 16 de setembre de 2025 al 30 de gener de 2026
Quadrimestre	Primer
Idioma/es	Català i Castellà
Continguts	Aquesta assignatura dotarà l'alumne de formació sobre el procés d'investigació comercial partint de la fase prèvia de la investigació comercial amb l'obtenció d'informació, organització i anàlisi de les dades, anàlisi del mercat amb estudi de l'entorn i del consumidor (necessitats, comportament, procés de compra i tipologies de comprador). L'alumne obtindrà les eines metodològiques necessàries per a l'elaboració del Pla d'investigació, per a la seva aplicació, obtenció de resultats, tractament, anàlisi i conclusions, procediments de mostreig de població, elaboració de qüestionaris i altres eines de suport, organització, anàlisi i mètodes de presentació dels resultats. L'objectiu és que l'alumne conegui el Sistema d'Informació de Màrqueting, la metodologia i els recursos per a la investigació comercial i que pugui elaborar un Pla d'investigació de màrqueting. Els resultats d'aprenentatge comprenen els següents continguts: <u>Continguts:</u> 1. Anàlisi de les variables del mercat entorn de l'empresa 2. Configuració d'un sistema d'informació de màrqueting (SIM) 3. Elaboració del pla de la investigació comercial 4. Organització de la informació secundària disponible 5. Obtenció d'informació primària 6. Determinació de les característiques i mida de la mostra de la població 7. Tractament i anàlisi estadística de les dades 8. Gestió de bases de dades relacionals

Sistema d'avaluació	Examen: cada Resultat d'Avaluació (RA) es qualificarà amb un qüestionari de 50 preguntes test (0.10 punts cada una) i dos casos pràctics (2.5 punts cada un). Avaluació continuada: fins a 2 punts per la participació en les activitats a classe i la iniciativa de l'alumne. Nota final: mitjana entre les notes de totes les RA avaluades més la qualificació de l'avaluació continuada. Qualificació mínima per a superar l'assignatura: igual o major de 5.00. La manca de realització de dos exàmens suposarà el suspens. La qualificació mínima per poder accedir a la recuperació és un 3.00.
Materials docents	Manual amb els continguts de l'assignatura, exercicis per a l'estudi i repàs, i recull d'articles i escrits d'interès.



Mòdul	0930. Polítiques de màrqueting
Professor/a	Jesús Palomar
Durada	198 hores
Calendari	Del 16 de setembre de 2025 al 30 de gener de 2026
Quadrimestre	Primer i segon
Idioma/es	Català
Continguts	En el mòdul Polítiques de Màrqueting aprendrem a analitzar els factors externs i interns que poden influir en l'activitat empresarial. Aquesta anàlisi ensenyarà a prendre les millors decisions per assolir els objectius de l'empresa: maximitzar el benefici i satisfer els consumidors. A partir d'aquest anàlisi i per assolir els objectius empresarials aprendrem a treballar les quatre variables del Màrqueting-mix: producte, preu, distribució i comunicació. Definirem quin producte comercialitzar, quin preu posar-hi, on distribuir-lo i com donar-lo a conèixer. Amb la comprensió i la selecció d'aquesta informació aprendrem a elaborar un Pla de Màrqueting relacionant entre si les variables del Màrqueting-mix. I a realitzar el seguiment, control i avaluació de les polítiques i accions comercials establertes en el Pla de Màrqueting per a la consecució dels objectius establerts. <u>Continguts:</u> 1. Avaluació de les oportunitats de mercat d'una empresa 2. Definició de la política de producte o servei 3. Definició de la política de preus 4. Selecció de la forma i canal de distribució 5. Selecció de les accions de comunicació 6. Elaboració de <u>briefings</u> de productes, serveis o marques 7. Elaboració del pla de màrqueting 8. Seguiment i control de les polítiques i accions del pla de màrqueting
Sistema d'avaluació	Durant el curs es faran diverses proves d'avaluació amb un valor del 50% del total del mòdul.

	Es durà a terme un treball individual del mòdul amb un valor del 25% del total del mòdul. L'assistència i la puntualitat: 10% un valor del 60% del total del mòdul. L'actitud i participació durant les classes: 15% del 60% del total del mòdul. La qualificació mínima global per tal de superar l'assignatura serà un 5.00. La qualificació mínima per poder accedir a la recuperació és un 3.00.
Materials docents	• Bibliografia i <u>webgrafia</u> recomanades • Qüestionaris • Guia de continguts • Fitxes didàctiques



Mòdul	0179. Anglès professional
Professor/a	Carme Ponce
Durada	66 hores
Calendari	Del 16 de setembre de 2025 al 30 de gener de 2026
Quadrimestre	Primer i segon
Idioma/es	Català
Continguts	L'objectiu d'aquesta assignatura és dotar als alumnes del coneixement d'un anglès tècnic aplicat al màrqueting i a la publicitat. Un bon domini de l'anglès és bàsic en aquesta professió i per aquest motiu treballarem continguts en màrqueting tant en format escrit com oral amb l'objectiu de que alumnes assoleixin els objectius de comprensió i producció de missatges professionals del sector, tant escrits com orals. Utilitzarem diversos materials per assolir aquests objectius, des del seguiment d'un llibre de text a escoltar <i>Ted Talks</i>, fer <i>Role Plays</i> entre els alumnes i llegir articles del sector. <u>Continguts:</u> 1. Comprensió de missatges orals 2. Interpretació de missatges escrits 3. Producció de missatges orals 4. Emissió de textos escrits 5. Coneixement de l'entorn sociocultural i professional
Sistema d'avaluació	Al llarg del curs 2 avaluacions en format d'exercicis diversos com: text per a comprensió lectora escrita, vocabulari, audició, etc., les quals tindran un pes específic de 30% cada una. Expressió oral (<i>Speaking</i>): exposicions orals (1 o 2) + <i>role plays</i> + lectura (<i>Reading</i>) al llarg dels quadrimestres: 15% Esriptura (<i>Writing</i>): realització d'escrits, treballs i exercicis durant el curs: 15% Per últim l'actitud proactiva de l'alumne al llarg de l'assignatura comptarà un 10% de la nota final de l'assignatura.

	La qualificació mínima global per tal de superar l'assignatura serà un 5.00. La qualificació mínima per poder accedir a la recuperació és un 3.00.
Materials docents	• Bibliografia i <u>webgrafia</u> recomanades • Manual obligatori (el facilita l'escola): <u>Alison Smith</u>, <i>Flash on English for Marketing & Advertising</i>. Hondarribia: Stanley Publishing, 2019. ISBN 978-88-536-2677-6. • Guia de continguts • Fitxes didàctiques



Mòdul	C076. Català professional
Professor/a	Jesús Palomar
Durada	66 hores
Calendari	Del 16 de setembre de 2025 al 30 de gener de 2026
Quadrimestre	Primer i segon
Idioma/es	Català
Continguts	En el mòdul Català professional aprendrem a reconèixer informació professional i quotidiana del sector professional continguda en tot tipus de discursos orals emesos per qualsevol mitjà de comunicació en llengua estàndard, interpretant-ne amb precisió el contingut del missatge. Interpretar informació professional del sector professional continguda en textos escrits complexos, analitzant-ne de forma comprensiva els continguts. Emetre missatges orals clars i ben estructurats, habituals en el sector professional, analitzant-ne el contingut de la situació i adaptant-se al registre lingüístic dels interlocutors. Finalment, a elaborar documents i informes propis de l'àmbit professional o de la vida quotidiana, utilitzant els registres adequats a cada situació. <u>Continguts:</u> 1. Comprensió de missatges orals 2. Interpretació de missatges escrits 3. Producció de missatges orals 4. Emissió de textos escrits
Sistema d'avaluació	Durant el curs es faran diverses proves d'avaluació en format avaluació contínua. Hi haurà un total de cinc activitats, cadascuna amb un valor del 15% del total del mòdul. Per ésser avaluat/ada caldrà presentar obligatòriament quatre activitats. Si les activitats es presenten fora de termini establert la nota màxima que es podrà obtenir per aquella activitat serà de 5.00. L'assistència i la puntualitat: 10% un valor del total del mòdul.

Mòdul	0931. Màrqueting digital
Professor/a	Eva Mora <u>Cobos</u>
Durada	198 hores
Calendari	Del 16 de setembre de 2025 al 30 de gener de 2026
Quadrimestres	Primer i segon
Idioma/es	Català
Continguts	Treballar amb les eines digitals de comunicació i publicitat per saber promocionar una empresa o una entitat, utilitzant aplicacions informàtiques d'edició i disseny de pàgines web, correu electrònic... D'aquesta manera l'alumne aprendrà: • Internet: connexió, navegació i eines • Protocols de comunicació digitals • E-mail • Transferència d'arxius • Xarxes socials • Preparar un pla de màrqueting digital • Suports per a la difusió i promoció digitals • Analitzar material digital promocional existent • Elaborar productes publicitaris electrònics • Eines de e-mail per la gestió i promoció de l'empresa • Iniciació al llenguatge HTML (protocol comunicació web) • Planificar el disseny d'una web • Arquitectura de la informació en una pàgina web • Saber utilitzar plataformes digitals online per la creació de pàgines web com WIX i/o <u>Wordpress</u> • Procés creatiu • El llenguatge (sintaxi gràfica) i la composició visual aplicats al disseny web • La imatge digital. Teoria del color • Utilització bàsica del programari de tractament de la imatge i el disseny amb <u>Photoshop</u> • Tractament de la imatge digital i preparació per a la seva edició electrònica • Disseny d'una pàgina web • Disseny d'una botiga virtual • SEO: posicionament en buscadors • Publicació web

	<u>Continguts:</u> 1. Administració dels accessos i connexions a xarxes 2. Gestió de diversos serveis i protocols d'Internet 3. Realització de la facturació electrònica i altres tasques administratives de forma telemàtica 4. Determinació de l'estratègia que s'ha de seguir a les interrelacions amb altres usuaris de la xarxa 5. Construcció de pàgines web 6. Disseny del pla de màrqueting digital 7. Definició de la política de comerç electrònic d'una empresa
Sistema d'avaluació	Avaluació continuada. El mòdul té caràcter teòric-pràctic, on la feina feta a classe tindrà el pes més important de la qualificació: • Activitats fetes a classe, treballs diversos de disseny: 70% • Qüestionaris: 15% • Actitud (assistència, actitud, treball en equip): 15%
Materials docents	Materials en diversos volums.

Mòdul	1008. Mitjans i suports de comunicació
Professor/a	Jesús Palomar
Durada	99 hores
Calendari	Del 16 de setembre de 2025 al 30 de gener de 2026
Quadrimestre	Primer
Idioma/es	Català
Continguts	En el mòdul Mitjans i suports de comunicació aprendrem a recopilar referències i dades rellevants de diferents fonts d'informació, organitzant el pla de mitjans publicitaris. També a descriure els diferents suports de comunicació en línia/fora de línia, distingint-ne les tipologies i característiques diferenciadores i a elaborar el pla de mitjans publicitaris i selecciona els suports de comunicació adequats als objectius establerts i a realitzar el seguiment de l'execució del pla de mitjans publicitaris, controlant-ne el compliment. Finalment, a participar en l'elaboració d'informes de cobertura informativa a diferents mitjans, processant les dades adquirides amb eines informàtiques adequades. <u>Continguts:</u> 1. Recopilació de dades per a dissenyar un pla de mitjans publicitaris 2. Descripció dels mitjans i suports publicitaris 3. Col·laboració en la realització del pla de mitjans publicitaris 4. Realització de les accions necessàries per a controlar l'execució del pla de mitjans 5. Col·laboració en l'obtenció d'informació per mitjans propis o per empreses de <u>press-clipping</u>
Sistema d'avaluació	Al llarg del quadrimestre es realitzaran tres proves en format de qüestionari, agrupant les diverses unitats formatives (RA), les quals tindran un pes específic del 20% cada una sobre la nota final de l'assignatura. Es proposaran també tres models d'exercicis pràctics de tipologia diversa que seran avaluats amb un 10% cada un respecte de la nota total de l'assignatura.

Mòdul	1110. Atenció al client, consumidor i usuari
Professor/a	Albert Gasull
Durada	99 hores
Calendari	Del 16 de setembre de 2025 al 30 de gener de 2026
Quadrimestre	Primer
Idioma/es	Català
Continguts	Es desenvoluparan els continguts relacionats amb la comunicació empresarial adreçada al client: característiques de la comunicació i processos d'interacció, amb descripció de diferents sistemes de comunicació amb els clients i anàlisi dels possibles obstacles i dificultats, i elaboració de protocols. L'alumne es formarà sobre gestió i manteniment de dades, emmagatzematge, classificació, control i gestió de la informació, metodologies i sistemes, entorn digital, i protocols, responsabilitat i protecció de la informació, amb especial referència a les dades de caràcter personal i l'entorn digital. Per últim, s'aprofundirà en la gestió de processos de serveis al consumidor en relació amb la normativa en matèria de consum i les entitats i institucions de defensa del consumidor, els procediments de gestió de queixes i reclamacions i els sistemes de mediació i arbitratge. En acabat l'alumne tindrà els coneixements necessaris sobre organització d'un departament d'atenció al client, adquirirà els coneixements precisos sobre tècniques de comunicació amb els clients, consumidors o usuaris, podrà organitzar un sistema d'informació al client, podrà elaborar un pla de qualitat i millora del procés d'atenció al client, coneixerà els organismes i entitats de protecció dels consumidors, podrà gestionar queixes i reclamacions, coneixerà els drets dels consumidors, els mètodes de mediació i arbitratge i el marc legal corresponent. <u>Continguts:</u> 1. Organització del departament d'atenció al client 2. Utilització de tècniques de comunicació en situacions d'atenció al client 3. Organització d'un sistema d'informació 4. Identificació dels diferents organismes i institucions de

	protecció al consumidor i usuari 5. Gestió de queixes i reclamacions 6. Descripció dels processos de mediació i arbitratge 7. Elaboració d'un pla de qualitat i de millora del servei d'atenció al client, consumidor o usuari
Sistema d'avaluació	Al llarg del quadrimestre es realitzaran tres proves en format de qüestionari, agrupant les diverses unitats formatives (RA), les quals tindran un pes específic del 20% cada una sobre la nota final de l'assignatura. Es proposaran també tres models d'exercicis pràctics de tipologia diversa que seran avaluats amb un 10% cada un respecte de la nota total de l'assignatura. Per últim: la implicació, el compromís, l'esforç... en definitiva, l'actitud proactiva de l'alumne al llarg de l'assignatura comptarà un 10% de la nota final de l'assignatura. La qualificació mínima global per tal de superar l'assignatura serà un 5.00. La qualificació mínima per poder accedir a la recuperació és un 3.00.
Materials docents	• Bibliografia i webgrafia recomanades • Qüestionaris • Guia de continguts • Fitxes didàctiques

HORARI (1r curs, 1r quadrimestre)



CFGS MÀRQUETING I PUBLICITAT

Autoritzat pel Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya

Horari 2025-26 – 1r curs – 1r quadrimestre

Horari	Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres
16 a 17	Anglès (de 15.30 a 17)	Polítiques de màrqueting (de 16 a 18)	Màrqueting digital (de 16 a 18)	Polítiques de màrqueting (de 16 a 18)	Gestió econòmica i financera de l'empresa (de 16.30 a 19.30)
17 a 18	Català professional (de 17 a 18)				
18 a 20	Mitjans i suports de comunicació (de 18 a 19.30)	Atenció al client, consumidor i usuari (Quadrimestral) (de 18 a 20)	Investigació comercial (Quadrimestral) (de 18 a 20)	Màrqueting digital (de 18 a 19.30)	

Presentació i tutoria	15 de setembre de 2025, 16 hores
Inici	16 de setembre
Finalització	30 de gener de 2026
Recuperacions	26 a 30 de gener

DIDÀCTICA (1r curs, 1r quadrimestre)

El CFGS Màrqueting i publicitat té una **docència presencial** i ofereix **20 places** a cada grup. La forma de treball ve definida pel Pla docent de cada assignatura, que estableix els criteris d'avaluació de cada professor: exàmens parcials i/o finals, petits treballs de recerca, activitats de treball autònom, etc.

Les classes inclouen visites de professionals externs, visites a empreses del sector, sortides a exposicions de publicitat i disseny, seminaris i altres activitats avaluable, procurant oferir una formació dinàmica, actualitzada i professionalment útil.

ACTIVITAT EXTRAESCOLAR (Curs 2024-25)

