



HOJA INFORMATIVA PARA EL ALUMNADO DEL MÓDULO DE POLÍTICAS DE MARKETING CURSO 2018/2019

Contenidos del módulo

1. La comercialización.
2. El mercado.
3. El consumidor.
4. Política del producto.
5. La política de precio 1.
6. La política de precios 2
7. La política de distribución.
8. La Franquicia .
9. Contratos de Intermediación Mercantil. La Franquicia II.
10. Política de Comunicación: La Promoción de Ventas, Relaciones Públicas y Venta Personal
11. La Publicidad.
12. El Plan de Marketing.

Total horas asignadas : 225

Secuenciación y temporalización de los contenidos: cronograma

UNIDADES DIDÁCTICAS	HORAS ESTIMADAS PROPUESTAS	TEMPORALIZACIÓN
1.La Comercialización	10	1ºEvaluación
2.El Mercado	16	1ºEvaluación
3.El Consumidor	20	1ºEvaluación
4.La Política del Producto	20	1ºEvaluación

5.La Política de Precio I	16	2ºEvaluación
6.La Política de Precios II	24	2ºEvaluación
7.La Política de Distribución	24	2ºEvaluación
8.La Franquicia 1	18	2ºEvaluación
9.La Franquicia 2	18	3ºEvaluación
10.Política de Comunicación	20	3ºEvaluación
11.Publicidad	20	3ºEvaluación
12.Plan de Marketing	19	3ºEvaluación

Resultados de Aprendizaje

Los resultados de aprendizaje del módulo vienen fijados por *Real Decreto 1573/2011 de 4 de Noviembre por el que se establece el Título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales* se fijan sus enseñanzas mínimas.

R.A.1.Evalúa las oportunidades de mercado, para el lanzamiento, la entrada en nuevos mercados o la mejora del posicionamiento del producto o servicio, analizando las variables del marketing mix, y las tendencias y evolución del mercado.

R.A.2. Define la política del producto, analizando las características, atributos y utilidades del producto o servicio para su adecuación a las necesidades y perfil de los clientes a los que va dirigido

R.A.3.Define la política de precios de los productos o servicios, analizando los costes, la demanda, la competencia y demás factores que intervienen en la formación y cálculo de los precios.

R.A.4.Selecciona la forma y canal de distribución más adecuada para cada producto, servicio o gama de productos analizando las alternativas de distribución disponibles

R.A.5.Selecciona las acciones de comunicación más adecuadas para lanzar nuevos productos y servicios o prolongar su permanencia en el mercado y reforzar así la imagen corporativa y de marca, evaluando las distintas alternativas posibles:

R.A.6.Elabora briefings de productos, servicios o marcas para la ejecución o la contratación externa de acciones de comunicación, relacionando las variables del marketing mix, los objetivos comerciales y el perfil de los clientes.

R.A.7.E labora el plan de marketing, seleccionando la información de base del producto, precio, distribución y comunicación y relacionando entre si las variables del marketing mix.

R.A.8. Realiza el seguimiento y control de las políticas y acciones comerciales establecidas en el plan de marketing, evaluando su desarrollo y el grado de consecución de los objetivos previstos.

Criterios generales de evaluación

El objetivo que se propone el módulo profesional de *Políticas de Marketing*, es que el alumno/a alcance un grado suficiente en las competencias específicas para que, en el futuro más inmediato, se pueda desarrollar profesionalmente con rigor y propiedad en todos los ámbitos relacionados con el ciclo formativo de *Gestión de Ventas y Espacios Comerciales*, con independencia de cuáles sean sus intereses profesionales futuros.

El alumno/a debe tener en cuenta que las clases son presenciales, por lo que la no asistencia a las mismas puede llegar a condicionar la calificación final del módulo.

Se deberá realizar de forma obligatoria, un trabajo final que consistirá en la realización de un *Plan de Marketing*, el cual deberá de ser realizado con las herramientas que se habrán examinado a lo largo del curso académico y expuesto en sesión pública al resto de compañeros y al profesor.

Instrumentos de Calificación

La evaluación formativa de los alumnos se realizará mediante un examen, el seguimiento de sus trabajos diarios, la entrega de las actividades propuestas por el profesor, resolución de los casos prácticos, exposiciones orales, participación en clase y entrega de cualquier tipo de trabajo en la fecha solicitada por el docente.

Se utilizarán los siguientes instrumentos para la evaluación del aprendizaje:

1. **Ejercicios y trabajos**: A lo largo de cada unidad de trabajo se plantearán ejercicios que deberán ser presentados en el plazo señalado, bien individualmente o en grupo. En el Tercer Trimestre se realizará un **Plan de Marketing**, cuya presentación y defensa será obligatoria para superar el módulo, y en el cual se consolidarán los conocimientos globales del módulo y se evaluarán los resultados de aprendizaje del mismo.
2. **Pruebas Objetivas**: Consistirán en exámenes teórico-práctico sobre los contenidos impartidos a lo largo del curso por el profesor. Este tipo de prueba escrita estará compuesta por preguntas **cortas a responder brevemente y/ó preguntas tipo test**. Dependiendo de los temas, algunas de estas pruebas escritas serán de tipo **práctico**.
3. **Actitud, participación y asistencia a clase**.

Criterios de Calificación

La evaluación del módulo profesional se realizará en el momento de finalización del mismo. Su calificación será expresada en cifras de 1 a 10 sin decimales. Se considerarán positivas las puntuaciones iguales o superiores a **5**.

En cada evaluación se realizará uno o varios exámenes. Si se opta por realizar varios exámenes a lo largo de la evaluación, los alumnos deberán alcanzar como mínimo un **4** para poder calcular la nota media. Esta parte tendrá un valor del **75%** de la nota. El resto de notas lo constituye:

→ La participación en clase y asistencia: participación en debates, realización de otras actividades y asistencia (**10% nota**)

→ La realización de ejercicios y/o trabajos propuestos por el profesor, a realizar individualmente o en grupo (**15% nota**)

La evaluación de los conocimientos adquiridos por el alumno se llevará a cabo por el sistema de evaluación continua y atendiendo a los siguientes criterios:

- Pruebas objetivas
- Actividades realizadas en clase
- Asistencia a clase.

Siguiendo el proceso de evaluación descrita, la calificación de los alumnos para cada evaluación, se obtendrá sumando las calificaciones obtenidas por cada uno de los criterios.

Recuperación de evaluaciones: El alumno que no supere la evaluación correspondiente, tendrá derecho a su correspondiente recuperación, recuperación que consistirá en una prueba objetiva (similar a la realizada durante la evaluación). Si una vez realizada la recuperación el alumno no logra alcanzar la puntuación de **5** o más sin decimales, este tendrá que ir a la recuperación final de junio (**prueba ordinaria 1**) con toda la materia que se impartió en la evaluación que tenga suspensa. Si no supera tendrá una convocatoria extraordinaria también en el mes de junio (**prueba ordinaria 2**), con toda la materia que se impartió durante el curso. Esta prueba se valorará con un 100% del final de la nota.

Calificación Final del módulo: Se tendrán en cuenta todas las calificaciones obtenidas por el alumno en las diferentes evaluaciones. La nota final del módulo será aquella que resulte una vez aplicada la media aritmética de las notas de todas las evaluaciones superadas. Estos criterios se aplicarán siempre y cuando todas las evaluaciones tuvieran evaluación positiva.

PRÁCTICAS CONSIDERADAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN ACADÉMICA

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES “Las Llamas” las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.
5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.
6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.
7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.
8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.
9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.
10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.
13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.

14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

CONSECUENCIAS DE LA COMISIÓN DE PRÁCTICAS FRAUDULENTAS DURANTE EL PROCESO DE EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.
