



PLA D'ACCIÓ TUTORIAL DE FORMACIÓ PROFESSIONAL

ÍNDEX

0. GESTIÓ DEL DOCUMENT I CONTROL DE CANVIS

1. INTRODUCCIÓ

2. OBJECTIUS GENERALS DEL PLA D'ACCIÓ TUTORIAL

3. OBJECTIUS ESPECÍFICS DE L'ACCIÓ TUTORIAL

3.1. PER ALS ALUMNES

3.2. PER A LES FAMÍLIES

3.3. PER ALS EQUIPS DOCENTS I TUTORS

4. L'ACCIÓ TUTORIAL

4.1. FUNCIONS DEL TUTOR EN RELACIÓ A

4.1.1. FAMÍLIES

4.1.2. EQUIP DOCENT

4.1.3. ALUMNAT

4.1.4. ALUMNAT QUE HA DE FER L'FCT

4.2. DESENVOLUPAMENT DE L'ACCIÓ TUTORIAL

4.2.1. RESPECTE A L'ALUMNAT

4.2.2. RESPECTE A LES FAMÍLIES

4.2.3. RESPECTE A L'EQUIP DOCENT

5. EINES I RECURSOS PER A L'ACCIÓ TUTORIAL

5.1. REUNIONS:

- Equip de tutoria de cicle
- Equip docent
- Contacte amb les famílies
- Reunions tutors cap d'estudis
- Reunions tutors coordinador de FCT

5.2. EINES:

- Entrevistes inicials
- Registres de valoració trimestrals

5.3. CARPETA DE TUTORIA

5.4. CARPETA DE TUTORIA D'FCT

5.5. CARPETA VIRTUAL INDIVIDUAL DE L'ALUMNE

5.6. ENREGISTRAMENT DELS INFORMES A LA INTRANET

6. INFORME PERSONAL D'ORIENTACIÓ

- **Fases**
- **Coordinació amb el servei d'orientació**

7. TEMPORITZACIÓ DELS NUCLIS D'ACTIVITATS

8. ANNEXES:

- **ENTREVISTES INICIALS**
 - . Fitxa recull de dades dels alumnes
 - . Fitxa avaluació inicial diagnòstica
- **INFORME PERSONAL D'ORIENTACIÓ**
 - . Fitxa perfil professional del títol
 - . Fitxa àmbits de coneixement
 - . Fitxa àrees d'interès
 - . Fitxa ocupacions associades al títol
 - . Fitxa prospectiva de mercat
 - . Fitxa formació complementària
 - . Fitxa sobre les empreses de l'entorn
 - . Fitxa dels àmbits d'especialització
 - . Fitxa d'elaboració de l'itinerari vertical/horitzontal de formació complementària al títol
 - . Fitxa de promoció d'activitats del networking
 - . Fitxa d'utilitat de les xarxes socials per la recerca de feina
 - . Fitxa d'elaboració del currículum vitae per competències i altres eines de presentació.



PLA D'ACCIÓ TUTORIAL DE FORMACIÓ PROFESSIONAL

PAT-FP

0.-GESTIÓ DEL DOCUMENT I CONTROL DE CANVIS

	Realitzat per:	Revisat per:	Aprovat per:
Nom i cognom	--	Olga Castilla	--
Càrrec	Equip de millora de la revisió i millora del PAT de CF	Cap d'estudis FP	Consell Escolar
Data	5-04-2006	17/01/2018	30/01/2019
Signatura			

Llistat de modificacions		
Núm. revisió	Data	Descripció de la modificació
1.0	5-04-2006	Creació del document
1.1	12-12-2007	Modificacions: <ul style="list-style-type: none">• Punt 0 afegint la taula del control de canvis• Peu de pàgina
1.2	01-12-2010	Modificacions: <ul style="list-style-type: none">• Canvi del LOGOTIP• Canvi IES per INS
1.3	14-11-2012	Modificació de les funcions del tutor i dels recursos de l'acció tutorial
1.4	10-02-2016	Modificacions: <ul style="list-style-type: none">• Inclusió del punt 5.3, relatiu a l'enregistrament de les entrevistes amb els alumnes i/o família.• Canvi de RRI per NOFC i crèdit per mòdul
1.5	18-01-2017	Introducció registre seguiment assistència
1.6	31/01/2018	Introducció de les entrevistes inicials als alumnes de 1r, dels equips de tutoria de cicle i de l'Informe personal d'orientació (ETLleida Orienta't)
1.7	30/01/2019	Introducció de les fitxes 7 a 12. Incorporació del Pla EtLleida Orienta't i l'àrea de suport a la tutoria

1. INTRODUCCIÓ

L'acció tutorial comprèn el conjunt d'activitats que es duen a terme amb l'objectiu d'orientar individualment els alumnes, bàsicament en els àmbits personal, curricular i professional. S'exerceixen de forma compartida per tots els professors en tant que l'activitat docent implica, a més de la impartició dels ensenyaments propis de l'àrea, el seguiment i l'orientació del procés d'aprenentatge dels alumnes i l'adaptació dels ensenyaments a la diversitat de necessitats educatives que es presenten.

L'acció tutorial s'inicia en el moment d'incorporació de l'alumne al centre, i es desenvolupa durant tota la seva estada.

La normativa d'inici de curs marca com ha de ser l'acció tutorial:

“ L'acció tutorial en aquests ensenyament va adreçada a potenciar les capacitats personals de l'alumnat, la seva autonomia i iniciativa personal. Per que fa a les activitats d'orientació acadèmica i professional és important incidir en els hàbits de treball i el coneixement del món laboral, així com proporcionar als alumnes els recursos i l'orientació necessaris per accedir al món laboral o per continuar el seu itinerari formatiu”

2. OBJECTIUS GENERALS DEL PLA D'ACCIÓ TUTORIAL

Els objectius generals a assolir durant l'etapa amb aquesta eina són:

- Proporcionar als alumnes la informació i orientació educativa adequada, personal, escolar, acadèmica i professional, d'acord amb les aptituds, necessitats i interessos que manifesten.
- Establir protocols d'actuació al centre perquè l'alumne en finalitzar els seus estudis al centre disposi d'un Informe Personal d'Orientació que compregui:
 - Un currículum professional per competències fent servir una estratègia de marca personal basada en el coneixement de les empreses del sector que correspongui i una xarxa de contactes professionals
 - Una avaluació per competències que permeti a l'alumne ser conscient de les seves habilitats i competències professionals en relació a una professió i poder dotar-lo d'eines que les incentivin a millorar-les.
 - Un informe personal que inclogui els àmbits d'interès del cicle i les professions associades a aquests àmbits junt amb una prospecció del mercat que permeti als alumnes conèixer la formació complementària al títol per tal d'elaborar l'itinerari personal de formació de cada alumne
- Donar suport als equips de tutoria en la consecució dels objectius establerts
- Regular la planificació i organització de l'acció tutorial.

- Afavorir la inserció laboral de l'alumnat.
- Minimitzar l'abandonament dels estudis
- Minimitzar l'absentisme dels alumnes
- Millorar el rendiment acadèmic dels alumnes
- Donar a conèixer les normes de convivència del centre
- Donar a conèixer els serveis del centre, els projectes i ajudar-los a col·laborar activament en les activitats programades
- Responsabilitzar a l'alumnat dels seus drets i deures

3. OBJECTIUS ESPECÍFICS DE L'ACCIÓ TUTORIAL

Els objectius generals es desenvolupen d'una forma més concreta i específica en els següents:

3.1. PER ALS ALUMNES

a) En relació al treball sobre la persona

- Conèixer l'alumnat i afavorir l'autoconeixement i maduresa personal
- Ajudar-lo a clarificar i buscar els seus objectius
- Potenciar la seva responsabilitat
- Millorar l'autocontrol i autoestima
- Millorar la gestió que l'alumnat fa de les seves emocions
- Fomentar l'autoconeixement i millorar la manera de comunicar-se per resoldre conflictes que puguin sorgir.

b) En relació a la comunitat educativa

- Fomentar el treball col·laboratiu
- Conèixer el bon funcionament i la normativa del centre, les seves instal·lacions i els nous estudis en el moment d'incorporar-se a l'institut.
- Participar activament en la vida acadèmica i cultural del centre, potenciant la participació en les activitats proposades i en les projectes endegats
- Conèixer els serveis que ofereix el centre i les possibles col·laboracions amb les empreses de l'entorn

c) En relació a l'orientació acadèmica i professional

- Donar a conèixer les opcions acadèmiques en acabar el cicle formatiu
- Donar a conèixer les competències professionals que demanen les empreses.

- Rebre informació d'estudis posteriors (altres cicles formatius, estudis universitaris) i de les sortides professionals
- Reflexionar sobre les competències professionals pròpies
- Facilitar l'elecció de l'opció acadèmica/professional més adient a cada situació
- Valorar la importància del desenvolupament correcte per dur a terme d'FCT.
- Conèixer el desenvolupament del mòdul d'FCT, disposar de la documentació necessària i dur a terme el seguiment en el quadern de pràctiques
- Conèixer el funcionament de la borsa de treball del centre.
- Estar predisposats per utilitzar les eines que li permetin resoldre els conflictes quotidians i la presa de decisions personals, acadèmiques i professionals

3.2. PER A LES FAMÍLIES

Aquest punt només té en compte l'alumnat de Cicles Formatius de Grau Mitjà menors d'edat.

- Facilitar l'intercanvi d'informació família-escola.
- Participar en el seguiment personal, acadèmic i professional de l'alumnat.
- Conèixer el funcionament i la normativa del centre.

3.3. PER ALS EQUIPS DOCENTS I TUTORS

A) Respecte a l'Equip Docent

- Conèixer la situació de cada alumne per tal de facilitar el procés d'aprenentatge i de desenvolupament personal.
- Col·laborar en el foment de la integració i la participació de cada alumne en el seu grup, en el centre i en l'entorn sociocultural.
- Facilitar l'orientació per tal de trobar solucions positives en situacions de conflicte, propiciant així l'autoestima en el seu procés educatiu-
- Fer el seguiment acadèmic, personal, grupal
- Orientar l'alumnat en l'elecció d'estudis posteriors, tenint en compte les seves aptituds i interessos.
- Facilitar l'orientació professional i la inserció laboral, d'acord amb les seves capacitats i interessos, per tal d'afavorir la promoció i adaptabilitat a les variacions del seu entorn laboral.
- Col·laborar amb el tutor per fer les entrevistes inicials dels alumnes que s'incorporen al cicle
- Col·laborar en la elaboració del informe personal d'orientació de l'alumne a través de la participació en els equips de tutoria .
- Col·laborar en minimitzar les baixes i reduir l'absentisme alhora que s'intenta detectar les causes i es controla l'assistència a classe.

B) Respecte al tutor/a

- Conèixer el funcionament i les característiques del grup
- Fer de nexes entre l'equip docent i el grup d'alumnes
- Fer de nexes entre l'equip directiu i l'equip docent
- Col·laborar i coordinar l'equip docent per realitzar les entrevistes inicials dels alumnes que s'incorporen al cicle.
- Coordinar l'elaboració de l'informe Personal d'orientació junt amb l'equip de tutoria
- Minimitzar les baixes dels estudiants fent un seguiment de les causes que les motiven
- Minimitzar l'absentisme dels alumnes controlant les justificacions de les faltes d'assistència
- Atendre les qüestions relacionades amb les faltes de disciplina, comportament a l'aula i rendiment acadèmic
- Fer seguiment dels fulls d'incidències que per qüestions de disciplina, seguiment de les unitats formatives que l'equip docent pugui posar individualment als alumnes.
- Conèixer les característiques individuals dels alumnes respecte al seu rendiment acadèmic i actitudinal, fent un seguiment de l'assistència de l'alumnat i d'aquells aspectes particulars que impedeixin que aquests puguin assistir amb regularitat a les classes.
- Atendre les famílies i informar sobre els aspectes tant de funcionament del grup com de les situacions individuals dels seus fill/filles (menors d'edat)
- Informar als alumnes del seu rendiment tant acadèmic com actitudinal al llarg del curs
- Portar a terme les reunions d'equip docent i reunions d'avaluació trimestrals
- Quan excepcionalment canviïn de grup els alumnes, comunicar el fet al tutor del grup de destí i aquest a l'equip docent
- Comunicar a l'equip docent les incidències que es produeixin a nivell d'activitats canvi d'horari etc
- Fomentar la integració i participació dels alumnes del seu grup en les activitats i projectes del centre i de l'entorn socio econòmic .
- Facilitar l'orientació per tal de trobar solucions positives en situacions de conflicte, propiciant així l'autoestima en el seu procés educatiu.

C) Respecte al tutor de FCT

- Fer el seguiment acadèmic, personal i grupal de les FCT
- Facilitar l'orientació professional i la inserció laboral dels alumnes , d'acord amb les seves capacitats i interessos, per tal d'afavorir la promoció i adaptabilitat a les variacions del seu entorn laboral

- Col·laborar en la confecció de l'Informe personal d'orientació dels alumnes que permeti identificar les àrees d'interès del alumnes en relació al cicle formatiu que està cursant
- Col·laborar en l'elaboració de l'Informe personal de formació que permeti als alumnes completar la seva formació en funció dels interessos i habilitats manifestades.
- Col·laborar en la difusió de la Carta de serveis del centre i en l'elaboració del mapa estratègic d'empreses col·laboradores
- Col·laborar en l'establiment d'aliances amb les empreses de l'entorn.

D) Respecte al tutor/a DUAL

Són funcions dels/de les tutors/es d'FP Dual, totes aquelles assignades als tutors/tutores d'FCT i, a més:

- Gestionar el document de compromís d'acceptació de les condicions de la formació en alternança de l'alumne
- Gestionar la documentació de l'acord formatiu en alternança: beca salari/contracte per la formació
- Gestionar el desenvolupament de l'acord formatiu en alternança (beca salari/contracte per la formació), mitjançant l'aplicació qBID.
- Avaluar conjuntament amb el tutor de l'empresa els mòduls assignats a la formació dual
- Assistir a les reunions de la comissió de seguiment del conveni de col·laboració de formació en alternança entre les empreses i el centre
- Col·laborar amb el/la coordinador/a de dual del centre en la cerca d'empreses col·laboradores en la formació en alternança dual

E) Respecte a l'equip de tutoria de cicle

- Col·laborar en la realització de l'Informe personal d'orientació que permeti a l'alumne prendre consciència de les pròpies habilitats i contextualitzar-les en l'entorn laboral

4. L'ACCIÓ TUTORIAL

La tutoria i l'orientació dels alumnes forma part de la funció docent. És per això que cada grup d'alumnes tindrà un tutor/a.

El cap d'estudis i el coordinador d'FP coordinaran el treball dels tutors per al bon funcionament de l'acció tutorial.

S'ha creat una àrea de suport a la tutoria amb l'estructura següent:

- Un/a coordinador/a de l'àrea amb la responsabilitat d'acompanyar als tutors i equips de tutoria de cicle en la implementació del Pla ETLleida Orientat
- Els/les tutors/es dels diferents Cicles formatius encarregats de vetllar per la realització de l'Informe personal d'orientació dels alumnes.

S'estableixen uns "Equips de tutoria de cicle" que estaran formats per:

- Tutor de 1r dels cicles formatius
- Tutor de FCT de 2n curs dels cicles formatius
- Professor del departament de FOL amb atribució lectiva al cicle

El coordinador d'aquest equip de tutoria recaurà sobre el tutor de 1r curs . La constitució d'aquests equips en farà durant la primera setmana de curs.

FUNCIONS DEL TUTOR EN RELACIÓ

4.1.1. FAMÍLIES

- Vetllar pel funcionament i control de l'assistència dels alumnes del seu grup i posar-se en contacte amb les famílies per aquests aspectes (menors d'edat)
- Comunicar-los els resultats de les avaluacions quan així s'acordi per junta d'avaluació (menors d'edat)
- Rebre'ls d'acord amb l'horari establert, quan, per qualsevol motiu relacionat amb el procés educatiu dels seus fills sigui necessari.
- Fer-los participants de les decisions que s'hagin de prendre respecte al procés educatiu dels seus fills i que puguin comportar l'adopció de mesures singulars no previstes, en el cas de ser menors d'edat
- Realitzar la reunió amb les famílies dels alumnes de Cicles Formatius de Grau Mitjà a començament de curs, per tal d'informar-los de l'organització i el funcionament del centre, dels estudis que cursen els seus fills així com també de les qüestions d'importància que afectin el grup d'alumnes en particular.

4.1.2. EQUIP DOCENT

- Coordinar la intervenció de l'equip de professors amb el grup d'alumnes, vetllant per la coherència de les actuacions de tots ells en relació amb l'aplicació de criteris comuns a l'hora de realitzar les activitats d'ensenyament-aprenentatge i d'avaluació.
- Coordinar la realització de les entrevistes inicials pels alumnes que s'incorporen al cicle
- Organitzar i presidir les juntes d'avaluació i redactar-ne les actes corresponents.
- Transmetre les demandes i inquietuds dels alumnes a la resta de professors.
- Informar a tot l'equip docent del rendiment acadèmic dels alumnes,
- Coordinar l'equip de tutoria del cicle amb reunions mensuals per fer el seguiment de les accions de tutoria i evolució dels alumnes.
- Coordinar l'elaboració *del informe personal de orientació dels alumnes*

4.1.3. EQUIPS DE TUTORIA DE CICLE

- Coordinar els equips de tutoria de cicle pel desenvolupament de l'Informe Personal d'Orientació
- Convocar a la reunió mensual de seguiment de l'equip de tutoria de cicle i fer l'acta de la reunió i seguiment dels acords.

4.1.4. ALUMNAT

- Dur a terme l'acollida de l'alumnat nouvingut.
- Entrevistar-se amb els alumnes individualment per tal de conèixer-los i també quan apareguin dificultats en el procés educatiu.
- Orientar i assessorar l'alumnat en decisions que afectin al seu futur professional.
- Vetllar per la conservació de l'aula i espais propis de cada grup.
- Controlar les faltes d'assistència, d'acord amb el NOFC
- Fer el seguiment de les absències de l'alumnat i les baixes que es produeixen al llarg del curs. Traslladar en les juntes d'avaluació aquesta informació a la resta de l'equip docent.
- Comunicar els resultats acadèmics de les diferents avaluacions.
- Coordinar l'elecció de delegat/da de grup
- Informar l'alumnat sobre el pla d'emergència del centre.
- Informar l'alumnat sobre el desenvolupament del mòdul de projecte
- Recollir els suggeriments o propostes del grup i trametre-les a qui correspongui.
- Informar i comentar amb el grup els resultats de les sessions d'avaluació.
- Ajudar els alumnes a superar les dificultats diàries de la tasca escolar, pel que fa als hàbits i la metodologia d'estudi.
- Coordinar la realització del Informe personal d'orientació conjuntament amb l'alumne i l'equip de tutoria de cicle.

4.1.5. ALUMNAT QUE HA DE FER L'FCT

- Informar l'alumnat sobre el mòdul d'FCT
- Informar a l'alumnat dels supòsits d'exempcions
- Entrevistar-se amb l'alumnat per tal de recollir dades necessàries per fer les pràctiques en les empreses.
- Contactar amb les empreses sol·licitants d'alumnat realitzarà l'FCT.
- Formalitzar els convenis de pràctiques mitjançant l'aplicatiu Qbid
- Planificar les activitats formatives que realitzarà l'alumne a l'empresa
- Presentar l'alumne a l'empresa i al seu tutor/a en aquesta.
- Trametre el conveni a l'alumne/a.

- Fer el seguiment del desenvolupament de l'FCT a l'empresa realitzant les oportunes visites .
- Vetllar perquè l'alumnat desenvolupi activitats i funcions que li siguin pròpies.
- Avaluar conjuntament amb el tutor/a de l'empresa el mòdul d'FCT
- Gestionar el desenvolupament de l'FCT, de cada alumne, mitjançant l'aplicació Qbid
- Informar al coordinador de FP del desenvolupament de les FCT del seu curs.

4.2. DESENVOLUPAMENT DE L'ACCIÓ TUTORIAL

El tutor d'alumnes té assignat en el seu horari una hora lectiva per realitzar tasques de tutoria, excepte quan el tutor ho sigui també de l'FCT, que aleshores té una hora assignada per cada 5 alumnes.

L'equip de tutoria de cicle té assignats al seu horari setmanal una hora de reunions per fer el seguiment dels alumnes i establir les actuacions pertinents.

L'equip docent té assignat al seu horari setmanal una hora de reunions.

4.2.1. RESPECTE A L'ALUMNAT

L'acció tutorial amb els alumnes es realitza :

- Per part del tutor del cicle:
 - Bàsicament mitjançant entrevistes individuals, formals i informals, del tutor amb l'alumne. Aquestes s'han de realitzar tant a iniciativa del tutor com per demanda de l'alumne.
 - Les entrevistes que el tutor fa al llarg del curs tenen com a objectiu el seguiment i l'orientació personal i acadèmica.
 - Les entrevistes seran enregistrades a la intranet del centre a l'apartat informes. Es recomanable efectuar almenys , tres entrevistes al llarg del curs.
 - En cas que l'alumnat volgués deixar el cicle perquè aquest no compleix amb les necessitats, habilitats o expectatives el tutor haurà d'informar-lo de:
 - Les possibilitats existents en l'oferta educativa de la zona i avaluar la possibilitat de realitzar un altre cicle formatiu més adequat a l'alumne/a
 - Realitzar només aquells mòduls professionals amb els que pugui obtenir un certificat de competència , per després acreditar-ho al SOC, com també aquells mòduls professionals que pugui convalidar amb un altre cicle, com per exemple llengua estrangera, FOL o EIE.
- Per part de l'equip de tutoria del cicle:
 - Mitjançant la coordinació entre els tutors de 1r i 2n curs i els professors del departament de FOL amb hores lectives al cicle per tal de contextualitzar els

mòduls professionals a l'entorn laboral i relacionar-los amb les competències personals de cada alumne contribuint des dels mòduls de Formació i orientació laboral i Empresa Iniciativa Emprenedora a elaborar el " Informe personal d'orientació professional "

- Per part de l'equip docent:
 - Mitjançant les entrevistes inicials als alumnes que s'incorporen al cicle que permeti efectuar una avaluació diagnòstica del grup al començament del curs escolar. Amb aquesta avaluació es poden planificar les accions que millor s'adaptin a la tipologia de curs

4.2.2. RESPECTE A LA FAMÍLIA

La relació de la família de l'alumne amb el centre es canalitza a través de la figura del tutor. Les actuacions proposades en aquest punt són: una sessió de tutoria (reunió) amb les famílies del l'alumnat i entrevistes família-tutor que s'enregistraran a la intranet del centre.

La reunió amb les famílies es fa al començament del curs acadèmic i amb totes les famílies del grup classe. El contingut de la sessió és principalment informatiu, on es fa la presentació dels estudis, del tutor, i altres temes organitzatius.

Les entrevistes família-tutor són la principal forma d'intercanviar informació i promoure la col·laboració i participació de les famílies en el procés educatiu de l'alumnat. Aquestes entrevistes es realitzen durant tot el curs i poden ser convocades tant a iniciativa del tutor/a com de les famílies. Les entrevistes seran enregistrades a la intranet del centre.

4.2.3. RESPECTE A L'EQUIP DOCENT

El seguiment de l'alumnat el realitza l'equip docent coordinat pel tutor del grup.

L'equip docent participa en la realització de les entrevistes inicials amb els alumnes que s'incorporen i que permeten fer una avaluació diagnòstica del grup a l'inici del curs escolar per adaptar a les característiques del grup les accions planificades.

L'equip docent es reuneix a principi de curs, un cop realitzades les entrevistes amb els alumnes i quan algun dels seus components ho considera necessari. L'objectiu d'aquesta reunió és fer el seguiment dels alumnes del curs, mitjançant l'observació, discussió i propostes d'actuació sobre l'evolució acadèmica i personal de cada alumne.

5. EINES I RECURSOS PER A L'ACCIÓ TUTORIAL

El tutor/a i l'equip docent disposen d'un conjunt d'eines per facilitar el desenvolupament de l'acció tutorial amb el grup i amb els agents que intervenen. Aquestes eines són les següents:

- Reunions equip docent
- Avaluació inicial diagnòstica
- Entrevistes personals amb l'alumnat
- Tutories de grup

- Informes de valoració trimestrals
- Contacte amb les famílies
- Reunions equips de tutoria de cicle
- Entrevistes dels tutors amb el cap d'estudis i/o coordinador de FCT
- Reunions de seguiment dels equips de tutoria de cicle amb el/a Coordinador/a de l'àrea de suport a la tutoria
- Reunions de delegats del curs amb l'equip directiu

Reunions de l'equip de tutoria de cicle amb el/a Coordinador/a de l'àrea de suport a la tutoria:

Les reunions de l'equip de tutoria de cicle són la millor manera de coordinar i gestionar la responsabilitat compartida que suposa la tutorització dels alumnes als cicles formatius. S'entén que l'alumne construeix el seu itinerari professional al llarg dels dos cursos que componen el cicle formatiu escollit. La manera més adequada de fer l'acompanyament de l'alumne en aquest creixement professional consisteix en fer un seguiment coordinat amb els tutors de 1r i 2n curs i els professors del departament de FOL.

Els equips de tutoria de cicle tenen una hora setmanal destinada a les reunions de coordinació per tal de vetllar per l'elaboració de " l'informe personal d'orientació" de l'alumne en acabar el cicle formatiu que permeti individualitzar el seu itinerari formatiu.

El seguiment de la implementació de l'Informe Personal d'Orientació es realitzarà amb el/la Coordinador/a de l'àrea de suport a la tutoria.

Reunions de l'equip docent

Tot l'equip docent és el responsable de l'acció tutorial i les reunions d'equip docent són la millor manera de coordinar i gestionar aquesta responsabilitat compartida. Tots els membres de l'equip docent disposen d'una hora no lectiva setmanal reservada a la reunió d'equip docent que es concreta en l'horari a principi de curs per a tot el professorat afectat.

Les reunions d'equip docent les convoca i dirigeix el tutor/a del grup i s'ha de deixar constància dels acords presos en l'acta d'equip docent que l'elaborarà el tutor/a i la penjarà a la intranet en l'espai habilitat. A principi de curs el tutor/a convocarà una reunió d'equip docent per establir els objectius pel curs escolar. En les següents reunions d'equip docent el tutor/a vetllarà pel seguiment dels objectius establerts i dels acords presos en cada reunió

Contacte amb les famílies

El contacte amb les famílies és molt important , especialment quan l'alumnat és menor d'edat. Quan un alumne és menor d'edat, el tutor/a pot oferir qualsevol tipus d'informació a les famílies, ja sigui sobre el cicle o sobre el comportament de l'alumne, l'assistència a classe i l'evolució de l'aprenentatge. En canvi, quan l'alumne és major d'edat, el tutor/a només pot donar a les famílies informació general del cicle formatiu, però mai les dades personals de l'alumne en cas que l'alumne hagi manifestat expressament la no voluntat d'informar a la família.

En tot cas, el tutor de primer de qualsevol cicle formatiu a les reunions d'inici de curs amb les famílies informarà de tots els aspectes generals que conformen el cicle formatiu i la vida al centre . També establirà les eines i canals de comunicació amb les famílies dels alumnes menors d'edat. Les faltes d'assistència dels alumnes es registren a la intranet del centre. Els

algunes i famílies dels menors d'edat que això ho sol·licitin poden accedir a la intranet mitjançant una clau d'accés que els hi facilitarà el tutor/a a inici de curs.

Qualsevol canvi o incidència en l'horari de classes del cicle formatiu es publica a través d'un avís al canal ebando del centre i es registra al calendari de la intranet.

Sempre que una família sol·liciti una reunió amb el tutor/a del seu fill/a, aquest/a la rebrà en una de les hores que el tutor té fixades de permanència al centre per realitzar tasques de tutoria, acceptant certa flexibilitat horària sempre que sigui possible.

Reunions dels tutors/es amb el/la cap d'estudis

El/la cap d'estudis podrà convocar als tutors sempre que ho consideri necessari a l'hora destinada a les reunions de tutoria.

Reunions dels tutors/es amb el/la coordinador/a de FCT

El/la coordinador/a de FCT convocarà als tutors/es a una reunió a inici de curs per presentar la Guia de l'FCT i explicar tots els processos en relació al seguiment de les FCT. Durant el curs podrà convocar les reunions que consideri convenientes i estarà a la disposició dels tutors/es per a guiar-los i recolzar la seva tasca.

Realitzarà almenys una reunió de seguiment, conjuntament amb el/la cap d'estudis per tal de repassar els alumnes que realitzen FCT i les empreses en les que efectuen les FCT.

Reunions de delegats de cada grup amb la Direcció del centre

Al final de cada trimestre, la direcció del centre es reunirà amb els delegats/des de cada grup de forma conjunta per tal d'analitzar el funcionament del centre en relació als aspectes que afecten a l'alumnat i poder plantejar propostes de millora.

EINES incloses al Pla d'acció tutorial

- **ENTREVISTA INICIAL**

Durant la primera quinzena de setembre, abans de començar el curs escolar, el tutor/a de 1r curs junt amb dos membres de l'equip docent elegits pel tutor/a per ajudar-lo i distribuir-se les entrevistes inicials en funció del nombre d'alumnes, realitzaran una entrevista inicial amb els alumnes que comencen el curs. L'objectiu és implicar a l'equip docent en la coneixença del grup i en l'acció tutorial. El tutor ha de vetllar per una correcta distribució del nombre d'entrevistes a realitzar per els professors de l'equip docent escollits a l'efecte.

Les entrevistes es lliuraran al tutor/a un cop realitzades. El tutor/a omplirà la fitxa "**Avaluació Inicial diagnòstica**". Durant el primer mes de començar el curs es farà una reunió d'equip docent per fixar els objectius del curs i analitzar la tipologia dels alumnes en funció de les entrevistes realitzades. En concret s'analitzaran els resultats següents:

- Estudis de procedència dels alumnes
- Nota d'accés als cicles
- Si s'ha demanat el cicle en primera opció o no
- Motius per l'elecció d'aquest centre de formació
- Expectatives després del cicle

- Motivació dels alumnes

El tutor serà el responsable d'elaborar un document compartit per l'equip docent on s'enregistraran els resultats de les entrevistes inicials realitzades

L'entrevista inicial es compon dels paràmetres següents:

Alumnat de 1r curs i/o de nova incorporació

- Nom de l'alumne/a
- Edat
- Població
- Telèfon de contactes: (alumne i família – en cas de menors d'edat)
- Estudis de procedència
- Centre de procedència
- Via d'accés als cicles
- Nota d'accés als cicles
- Nivell de motivació (raons per cursar el cicle)
- Elecció del cicle en primera opció o no
- Motius per l'elecció d'aquest centre de formació
- Expectatives després del cicle
- Altres dades d'interès:
 - compatibilitat d'estudis amb treball,
 - persones a càrrec
 - dificultats d'indole econòmica o d'una altra tipologia

És important que en aquesta entrevista ies demani als alumnes si tenen qualsevol dubte en relació al cicle formatiu escollit. També cal informar-los que en la primera reunió de tutoria grupal se'ls informarà de les normes d'organització i funcionament del centre.

• **REGISTRES DE VALORACIÓ TRIMESTRALS**

Un cop realitzada la junta d'avaluació de cada trimestre, el tutor/a haurà d'elaborar el registre de valoració trimestral on s'enregistraran les dades següents:

- Percentatge d'unitats formatives suspeses
- Percentatge d'unitats formatives aprovades
- Registre d'alumnes que han abandonat
- Registre de les absències dels alumnes
- Propostes de millora

Es considera baixa d'un alumne quan tramita la baixa oficial a la secretaria del centre.

Es considera abandonament d'un alumne quan s'ha assistit només durant el primer trimestre del curs, sense que s'hagi donat de baixa oficialment a secretaria del centre.

El tutor/a serà l'encarregat de realitzar l'acta d'avaluació on hi constaran les dades de l'avaluació dels mòduls professionals, el registre de valoració trimestral , el seguiment dels acords de l'anterior reunió i les propostes de millora i acords adoptats .

Els principals **mitjans materials** amb què compta l'equip de tutoria i que coordina el tutor/a per fer la seva funció són:

5.1. CARPETA DE TUTORIA

Aquesta carpeta ha de contenir:

- Fitxa de dades personals de l'alumnat de l'entrevista inicial
- Graella d'avaluació inicial diagnòstica.
- Ressenya de les entrevistes realitzades amb l'alumne/a i amb la família (en format digital)
- Fulls d'incidències, si n'hi ha
- Altra documentació a criteri del tutor/a
- Registre seguiment de l'assistència de l'alumnat

5.2. CARPETA DE TUTORIA D'FCT

Aquesta carpeta ha de contenir:

- Model de proposta de conveni (PC0201-D01)
- Fitxa personal de dades de l'FCT
- Model de sol·licitud d'exempcions (PSC202-D01)
- Altra documentació a criteri del tutor/a
- Declaració de l'alumnat de no realització de la FCT (PC0201-D01)

5.3. CARPETA VIRTUAL INDIVIDUAL DE L'ALUMNE (eportfolio)

L'alumnat crearà una carpeta virtual individual que serà el seu Informe personal d'orientació on hi constaran:

1B. Fitxa del perfil professional del títol

2B. Fitxa àmbits de coneixement

3B. Fitxa àmbits d'interès

4B. Fitxa ocupacions



- 5B. Fitxa oportunitats de mercat
- 6B. Fitxa formació complementària a les àrees d'interès
- 7B. Fitxa amb el directori d'empreses de l'entorn i característiques
- 8B. Fitxa àmbit especialització
- 9B. Fitxa itinerari personal de formació
- 10B. Fitxa amb els referents de l'àmbit d'especialització
- 11B. Fitxa estratègia de recerca de feina
- 12B. Currículum per competències i altres eines de presentació

En finalitzat tot l'itinerari l'alumne elabora un "document resum de l'Informe personal d'orientació" (fitxa 13B)

L'informe personal d'orientació és una eina que recull el treball en equip entre els membres de l'equip de tutoria del cicle i l'alumne/a individual que ha de realitzar un treball de recerca respecte a les pròpies expectatives.

5.4. ENREGISTRAMENT DELS INFORMES A LA INTRANET

Les reunions del tutor/a amb l'alumne i/o la seva família s'enregistraran a l'apartat informes. Els informes han de contemplar els apartats següents:

- Data
- Breu resum de l'entrevista realitzada amb l'alumne i/o família
- Relació d'acords
- Seguiment dels acords, si s'escau, a partir de la segona entrevista.

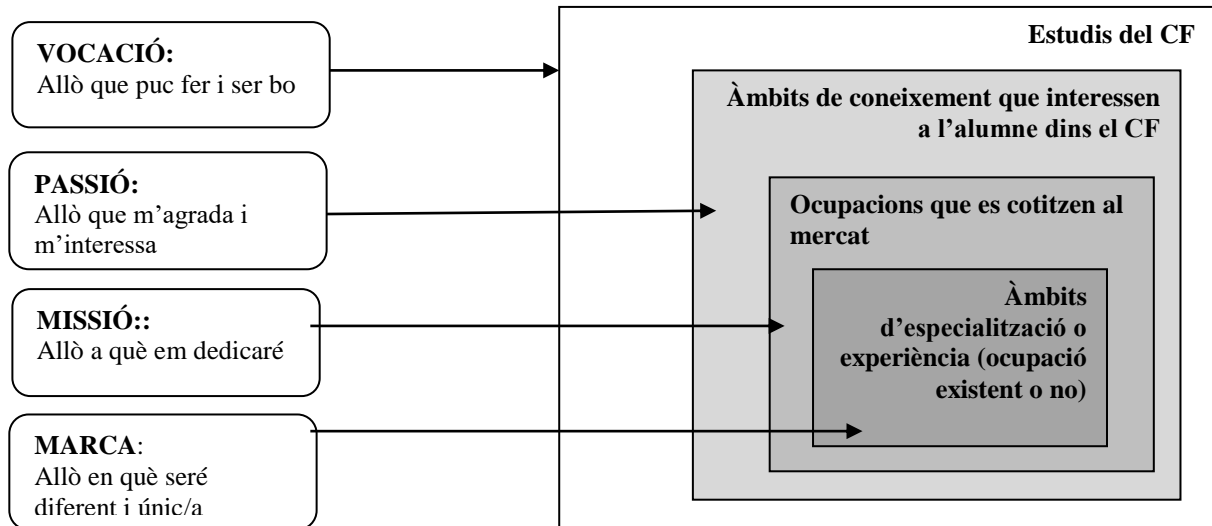
6. INFORME PERSONAL D'ORIENTACIÓ DE L'ALUMNE

L'informe personal d'orientació és un conjunt de documents personalitzats per a cada alumne/a que recolliran totes les accions realitzades en matèria d'orientació professional dutes a terme al llarg del cicle formatiu a fi de guiar aquest alumne/a envers una especialització professional a fi de millorar la seva inserció.

El treball realitzat per l'alumnat fins la materialització de l'informe l'ha d'ajudar, no tan sols a tenir millors oportunitats de trobar una ocupació, sinó també a descobrir els seus interessos professionals a través dels seus estudis i constituir una potent eina de motivació envers els mateixos.

Els estudis de cicle, han de permetre a l'alumnat anar descobrint quines podrien ser aquestes àrees d'experiència que millor s'adapten als seus interessos i preferències i ensenyar-lo que necessita per assolir-les.

Aquesta tasca s'ha d'anar realitzant del general al més concret, de manera progressiva al llarg dels seus estudis.



El treball que es recull en el present informe es desenvolupa en les següents fases:

Fase 1. Àmbits de coneixement del CF: coneixement del cicle formatiu. Identificar mòduls o grups de mòduls dins el CF que permetin exercir llocs de treball amb competències similars.

Fase 2. Àmbits d'interès . Es tracta d'identificar dins dels àmbits de coneixement del CF quin és el que més interessa a l'alumne(idealment un, no més de dos), l'elecció hauria de sorgir després d'un temps de maduració i com a conseqüència del treball de l'equip docent.

Fase 3. Mercat. Cada alumne haurà d'utilitzar eines de prospecció del mercat per conèixer les ocupacions més cotitzades dintre d'allò que els interessa i saber si necessita alguna informació complementària, a més de la que s'ofereix al CF, per anar-se preparant.

Fase 4. Àmbits d'especialització. Dins de les ocupacions que es cotitzen en el mercat, l'alumnat tria una existent, o decideix dedicar-se a quelcom que no existeix però que es apreciat pel mercat, bé sigui treballant per una empresa o per compte propi. Això arriba com a conseqüència d'interactuar amb professionals reals (networking) i disposar de coneixements actualitzats i reals fruit de treballs fets a classe o bé de pràctiques o experiències amb empreses col·laboradores (dual, FCT, transferència del coneixement)

Fase 5. Promoció personal. Dur a terme estratègies de recerca de feina i de promoció personal i del propi treball per donar-se a conèixer com a professional.

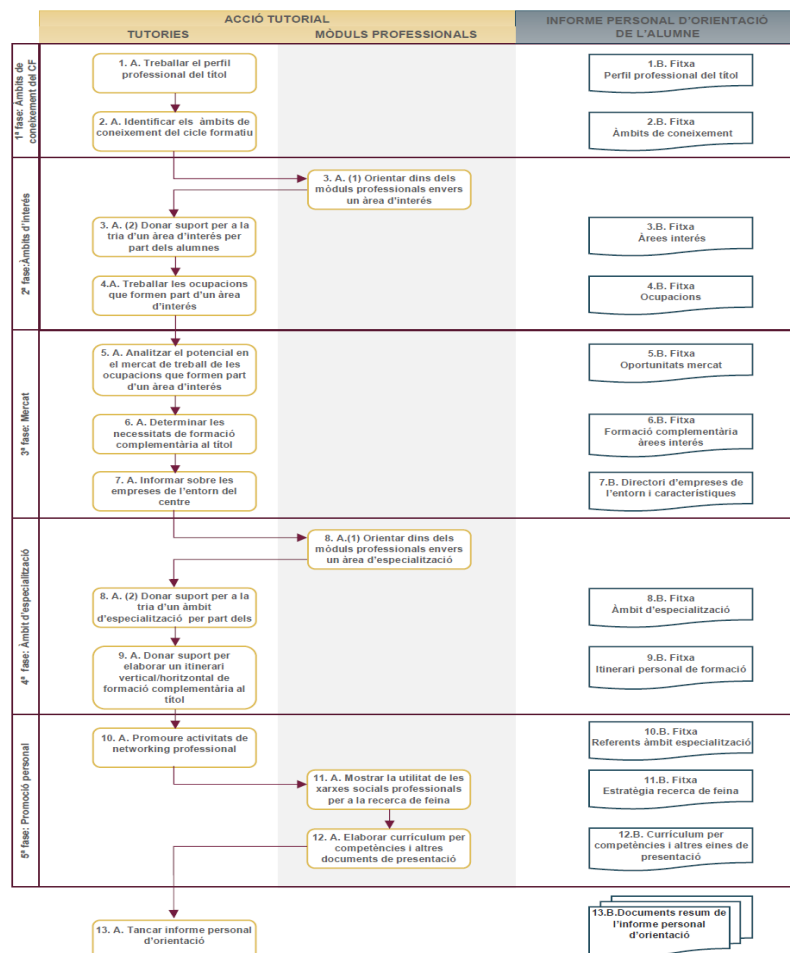
Temporització de les fases i responsabilitats de l'equip de tutoria de cicle

CURS	TEMPORITZACIÓ	Responsables	Tasques
1r CURS	1a quinzena curs	Tutor de 1r	Inici de l'informe Fase 1: Fitxa del perfil professional del títol (1B)
	1a quinzena curs		Fase 1: Fitxa dels àmbits de coneixement (2B)
	Tot el curs	Coordinador tutor de 1r	Reunions mensuals de seguiment de l'informe personal d'orientació
	2n TRIMESTRE	Coordinador tutor de 1r	Reunions mensuals de seguiment de l'informe personal d'orientació
	3r TRIMESTRE	Professorat de FOL	Realització de l'informe personal d'orientació: <ul style="list-style-type: none"> - Fase 3: àmbits d'interès (fitxa Bb) - Fase 4: Mercat: fitxa d'ocupacions associades (4B) - Fase 5: Fitxa d'anàlisi de viabilitat ocupacions àrea interès (5B)
	Durant 1r i 2n en acabar cada projecte	Tutor FCT (2n) /Equip Docent	Fase 7: <ul style="list-style-type: none"> - Fitxa amb informació rellevant de les empreses de l'entorn (7B)
2n CURS	Tot el curs	Tutor de 2n (FCT)/ professor/a EIE	Fase 6: Àmbits d'especialització <ul style="list-style-type: none"> - Àmbits d'especialització i formació complementària (6b)
	Tot el curs	Professor EIE / Tutor FCT (2n)	Fase 11/12: <ul style="list-style-type: none"> - Promoció personal (CVitae, xarxes socials)(11B)(12B)
	Durant 1r i 2n en acabar cada projecte	Tutor FCT (2n) /Equip Docent	Fase 7: <ul style="list-style-type: none"> - Fitxa amb informació rellevant de les empreses de l'entorn (7B)
	1r TRIMESTRE	Tutor FCT	Fase 8 <ul style="list-style-type: none"> - Fitxa d'anàlisi de l'àrea d'especialització professional (8B)
	2n TRIMESTRE	Equip docent	Fase 10 <ul style="list-style-type: none"> - Fitxa contactes professionals de

			l'àmbit d'especialització professional (10B)
Final de curs	1r	Servei d'orientació	Fase 6: Formació complementària - Fitxa formació associada a les àrees d'interès de l'alumnat (6B)
	2n	Servei d'orientació	- Fitxa formació no reglada associada àrea especialització (9.1.B) - Fitxa formació reglada associada àrea especialització (9.2.B)

S'ha elaborat una fitxa individual per cada una de les fases que formarà part de l'informe individual d'orientació. Cada alumne disposarà d'una carpeta virtual e-portfolio) on s'inclouran les fitxes de l'informe.

Mapa de l'Informe Personal d'Orientació





PLA D'ACCIÓ TUTORIAL DE FORMACIÓ PROFESSIONAL

PAT-FP

COORDINACIÓ AMB EL SERVEI D'ORIENTACIÓ DEL CENTRE

Els equips de tutoria de cicle i en especial els tutors de 1r i 2n curs comptaran amb el recolzament del servei d'orientació. S'ha nomenat un/a coordinador/a del Pla ETLleida Orienta't per ajudar als equips de tutoria de cicle implementar l'Informe Personal d'Orientació.

Aquesta coordinació realitzarà una reunió a inici de curs per facilitar les pautes per la realització de les fitxes que componen l' Informe personal d'Orientació. El/la Coordinador/a vetllarà per la correcta realització del Informe personal d'orientació i recolzarà als equips de tutoria de cicle durant tot el procés d'elaboració.



PLA D'ACCIÓ TUTORIAL DE FORMACIÓ PROFESSIONAL

PAT-FP

7. CONTINGUTS DE L'ACCIÓ TUTORIAL I TEMPORITZACIÓ D'ACTIVITATS

TEMPORITZACIÓ	CONTINGUTS	RESPONSABLES	TASQUES
Abans de l'inici del curs	Entrevistes inicials als alumnes de 1r	Tutor i 2 membres equip docent	Recull de dades personals dels alumnes
1r trimestre	Reunió del Servei d'orientació	Servei d'orientació	Reunió amb els equips de tutoria de cicle: - Explicar com realitzar l'informe personal d'orientació
	Acollida de l'alumnat	Tutor	Presentació del curs Revisió de la fitxa de dades personals Presentació de la Carta de serveis del centre Informar de les NOFC
	Reunió equip docent	Cap d'estudis i tutor/a	Fixar objectius del CF Resultats entrevistes inicials Avaluació Inicial diagnòstica
	Informe personal d'orientació de l'alumne	Tutor de 1r	Realització de l'informe: (inici) - Fase 1: Fitxa del perfil professional del títol (1b) Fitxa del àmbits de coneixement del títol (2b)
		Tutor de 2n Professorat d'EIE	Realització de l'informe (inici) - Fase 4: Àmbits d'especialització i formació complementària (6b)
	Reunió amb les famílies	Tutor	Informar a les famílies de l'evolució del seu fill/a dins el CF Recull de dades d'interès
	Elecció de delegats/des	Tutor	Elecció del delegat/da i sots delegat(da) Informar-los de les tasques dels delegats/des
	Reunió de delegats amb la direcció del centre	Direcció	Reunió amb els delegats/des per explicar les línies d'actuació del centre i recollir propostes dels alumnes Presentació dels responsables dels Serveis que es fan al centre
	Informar a l'alumnat sobre el pla d'emergència del centre	Tutor	Donar a conèixer el centre i el seu pla d'emergència
	Seguiment individual de l'alumne/a i del grup	Tutor	Recull de les entrevistes realitzades amb l'alumne/a Seguiment de l'assistència a través de la intranet del centre



PLA D'ACCIÓ TUTORIAL DE FORMACIÓ PROFESSIONAL

PAT-FP

	Reunió equip docent junta d'avaluació	Tutor (convoca)	Comentar els resultats acadèmics (% UF superades, %UF no superades) Recull de baixes , absències i abandonaments Comentar l'evolució del grup classe Fer el seguiment dels objectius establerts a l'inici del curs Fer el seguiment dels acords presos en les reunions anteriors Propostes de millora
	Lliurament dels butlletins	Tutor	Lliurament de les notes orientatives als alumnes dels CFGM Informar de l'evolució dels alumnes durant el primer trimestre als CFGS
	Entrevista de valoració de la 1 avaluació amb l'alumnat	Tutor	Valoració resultats acadèmics Valoració absències
	Reunions mensuals equip tutoria de cicle	Equip de tutoria de cicle (tutor 1r coordina)	Fer el seguiment de l'informe personal d'orientació
	Reunió coordinador FCT	Coordinador FCT i Tutors FCT	Fer la presentació de la Guia de FCT Planificar les actuacions dels tutors de FCT respecte a l'aplicatiu de FCT.

TEMPORITZACIÓ	CONTINGUTS	RESPONSABLES	TASQUES
2n trimestre	Seguiment individual de l'alumne/a i del grup	Tutor	Seguiment de l'assistència a través de la intranet del centre
	Reunió equip docent junta d'avaluació	Tutor (convoca)	Comentar els resultats acadèmics (% UF superades, %UF no superades) Recull de baixes , absències i abandonaments Comentar l'evolució del grup classe Fer el seguiment dels objectius establerts a l'inici del curs Fer el seguiment dels acords presos en les reunions anteriors Propostes de millora
	Lliurament dels butlletins	Tutor	Lliurament de les notes orientatives als alumnes dels CFGM Informar de l'evolució dels alumnes durant el segon trimestre als CFGS
	Reunions mensuals equip tutoria de cicle	Coordinador/a àrea suport a la tutoria Equip de tutoria de cicle (tutor 1r coordina)	Fer el seguiment de l'informe personal d'orientació
	Planificar la realització de les FCT	Tutor 2n FCT	Contactar amb les empreses col·laboradores



PLA D'ACCIÓ TUTORIAL DE FORMACIÓ PROFESSIONAL

PAT-FP

			Gestionar la documentació administrativa relacionada amb les FCT
	Reunió de la direcció amb els Delegats/des	Direcció del centre	Explicar les actuacions previstes pel trimestre Recollir propostes de millora

TEMPORITZACIÓ	CONTINGUTS	RESPONSABLES	TASQUES	
3r trimestre	Seguiment individual de l'alumne/a i del grup	Tutor	Seguiment de l'assistència a través de la intranet del centre Entrevista de valoració del curs	
	Reunió equip docent junta d'avaluació (ordinària i extraordinària)	Tutor (convoca)	Comentar els resultats acadèmics (% UF superades, %UF no superades) Recull de baixes, absències i abandonaments Relacionar els alumnes que superen el curs Comentar l'evolució del grup classe durant el curs Fer la valoració de l'assoliment dels objectius establerts a l'inici del curs Fer el seguiment dels acords presos en les reunions anteriors Propostes de millora per al proper curs	
	Lliurament dels butlletins (ordinària i extraordinària)	Tutor	Lliurament de les notes finals als alumnes dels CFGM i CFGS	
	Reunions mensuals equip tutoria de cicle	Coordinador/a àrea suport tutoria Equip de tutoria de cicle	Fer el seguiment de l'informe personal d'orientació que correspon a cada curs	
	Informe personal d'orientació de l'alumne	Equip de tutoria de cicle - Professorat de FOL a 1r curs	- Professor EIE o tutor 2n	Realització de l'informe (finalització) - Fase 2: Àmbits d'interès: fitxa 3b - Fase 3: Mercat Fitxa ocupacions 4b, Fitxa prospectiva 5b
				- Fase 5 (finalització) Promoció personal (Cvitae, xarxes socials) (7b,8b,9b,10b,11b,12b)
	Fer el seguiment de les FCT dels alumnes de 2n	Tutor de FCT	Fer el seguiment de les FCT dels alumnes Fer la valoració final de les FCT	
Elaborar el document resum de l'Informe Personal d'orientació als alumnes de 2n	Equips de tutoria de cicle en coordinació amb el/la coordinador/a	Fitxa 13b document resum de l'Informe personal d'orientació.		



**PLA D'ACCIÓ TUTORIAL DE FORMACIÓ
PROFESSIONAL**

PAT-FP

		de l'àrea de suport a la tutoria	
	Reunió final direcció delegats/des	Direcció del centre	Fer la valoració final del curs Recollir propostes de millora pel proper curs

8. ANNEXES

ENTREVISTES INICIALS

- Fitxa recull de dades de l'alumne
- Fitxa avaluació inicial diagnòstica

INFORME PERSONAL D'ORIENTACIÓ (GUIA PROFESSORAT)

- Fitxa perfil professional del títol (1a)
- Fitxa àmbits de coneixement (2a)
- Fitxa àrees d'interès (3a)
- Fitxa ocupacions associades al títol (4a)
- Fitxa prospectiva de mercat (5a)
- Fitxa formació complementària (6a)
- Fitxa d'informació de les empreses de l'entorn (7a)
- Fitxa Àmbit d'especialització (8a)
- Fitxa Elaboració d'un itinerari horitzontal/vertical de la formació complementària al títol (9a)
- Fitxa Promoure activitats de networking (10a)
- Fitxa d'utilitat de es xarxes socials per la recerca de feina (11a)
- Fitxa per elaborar el currículum vitae per competències i altres eines de presentació (12a)

INFORME PERSONAL D'ORIENTACIÓ (GUIA ALUMNE)

- Fitxa perfil professional del títol (1b)
- Fitxa àmbits de coneixement (2b)
- Fitxa àrees d'interès (3b)
- Fitxa ocupacions associades al títol (4b)
- Fitxa prospectiva de mercat (5b)
- Fitxa formació complementària (6b)
- Fitxa d'informació de les empreses de l'entorn (7b)
- Fitxa Àmbit d'especialització (8b)



**PLA D'ACCIÓ TUTORIAL DE FORMACIÓ
PROFESSIONAL**

PAT-FP

- Fitxa Elaboració d'un itinerari horitzontal/vertical de la formació complementària al títol (9b)
- Fitxa Promoure activitats de networking (10b)
- Fitxa d'utilitat de es xarxes socials per la recerca de feina (11b)
- Fitxa per elaborar el currículum vitae per competències i altres eines de presentació (12b)

En finalitzar els alumnes han de tenir:

- Fitxa document resum de l'Informe personal d'Orientació (13b)

INFORME PERSONAL D'ORIENTACIÓ

GUIA PROFESSORAT



Amb el suport de

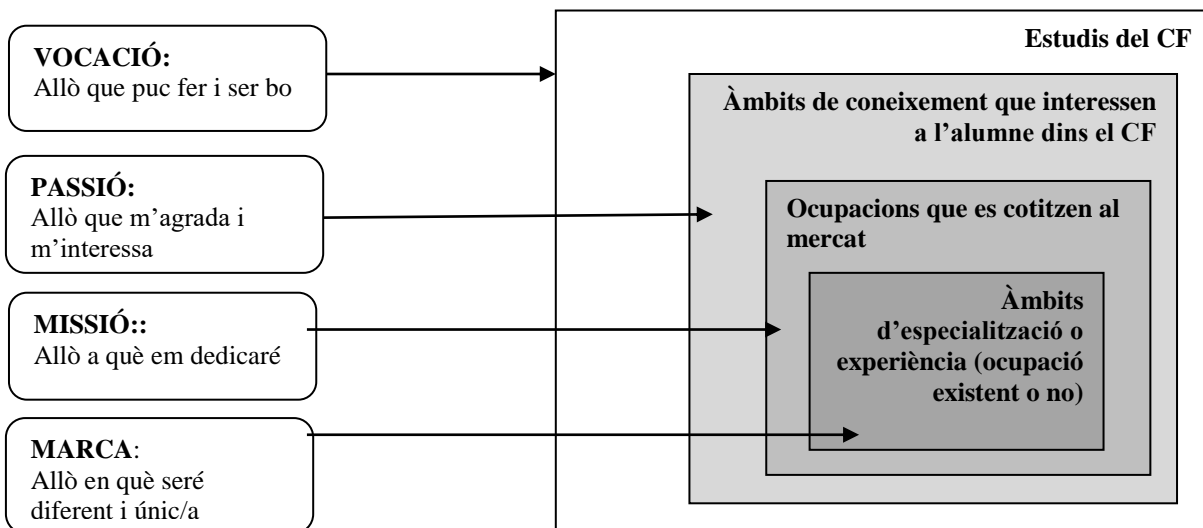
DOSSIER DE SEGUIMENT PER L'ELABORACIÓ DE L'INFORME PERSONAL D'ORIENTACIÓ ADREÇATS ALS EQUIPS DE TUTORIA

L'informe personal d'orientació és un conjunt de documents personalitzats per a cada alumne/a que recolliran totes les accions realitzades en matèria d'orientació professional dutes a terme al llarg del cicle formatiu a fi de guiar aquest alumne/a envers una especialització professional a fi de millorar la seva inserció.

El treball realitzat per l'alumnat fins la materialització de l'informe l'ha d'ajudar, no tan sols a tenir millors oportunitats de trobar una ocupació, sinó també a descobrir els seus interessos professionals a través dels seus estudis i constituir una potent eina de motivació envers els mateixos.

Els estudis de cicle, han de permetre a l'alumnat anar descobrint quines podrien ser aquestes àrees d'experiència que millor s'adapten als seus interessos i preferències i ensenyar-lo que necessita per assolir-les.

Aquesta tasca s'ha d'anar realitzant del general al més concret, de manera progressiva al llarg dels seus estudis.



El treball que es recull en el present informe es desenvolupa en les següents fases:

Fase 1. Àmbits de coneixement del CF: coneixement del cicle formatiu. Identificar mòduls o grups de mòduls dins el CF que permetin exercir llocs de treball amb competències similars.

Fase 2. Àmbits d'interès . Es tracta d'identificar dins dels àmbits de coneixement del CF quin és el que més interessa a l'alumne(idealment un, no més de dos), l'elecció hauria de sorgir després d'un temps de maduració i com a conseqüència del treball de l'equip docent.

Fase 3. Mercat. Cada alumne haurà d'utilitzar eines de prospecció del mercat per conèixer les ocupacions més cotitzades dintre d'allò que els interessa i saber si necessita alguna informació complementària, a més de la que s'ofereix al CF, per anar-se preparant.

Fase 4. Àmbits d'especialització. Dins de les ocupacions que es cotitzen en el mercat, l'alumnat tria una existent, o decideix dedicar-se a quelcom que no existeix però que es apreciat pel mercat, bé sigui treballant per una empresa o per compte propi. Això arriba com a conseqüència d'interactuar amb professionals reals (networking) i disposar de coneixements actualitzats i reals fruit de treballs fets a classe o bé de pràctiques o experiències amb empreses col·laboradores (dual, FCT, transferència del coneixement)

Fase 5. Promoció personal. Dur a terme estratègies de recerca de feina i de promoció personal i del propi treball per donar-se a conèixer com a professional.

Temporització de les fases i responsabilitats de l'equip de tutoria de cicle

CURS	TEMPORITZACIÓ	Responsables	Tasques
1r CURS	1a quinzena curs	Tutor de 1r	Inici de l'informe Fase 1: Fitxa del perfil professional del títol (1B)
	1a quinzena curs		Fase 1: Fitxa dels àmbits de coneixement (2B)
	Tot el curs	Coordinador tutor de 1r	Reunions mensuals de seguiment de l'informe personal d'orientació
	2n TRIMESTRE	Coordinador tutor de 1r	Reunions mensuals de seguiment de l'informe personal d'orientació
	3r TRIMESTRE	Professorat de FOL	Realització de l'informe personal d'orientació: - Fase 3: àmbits d'interès (fitxa Bb) - Fase 4: Mercat: fitxa d'ocupacions associades (4B) - Fase 5: Fitxa d'anàlisi de viabilitat ocupacions àrea interès (5B)
	Durant 1r i 2n en acabar cada projecte	Tutor FCT (2n) /Equip Docent	Fase 7: - Fitxa amb informació rellevant de les empreses de l'entorn (7B)
2n CURS	Tot el curs	Tutor de 2n (FCT)/ professor/a EIE	Fase 6: Àmbits d'especialització - Àmbits d'especialització i formació complementària (6B)
	Tot el curs	Professor EIE / Tutor FCT (2n)	Fase 11/12: - Promoció personal (CVitae, xarxes socials)(11B)(12B)

	Durant 1r i 2n en acabar cada projecte	Tutor FCT (2n) /Equip Docent	Fase 7: - Fitxa amb informació rellevant de les empreses de l'entorn (7B)
	1r TRIMESTRE	Tutor FCT	Fase 8 - Fitxa d'anàlisi de l'àrea d'especialització professional (8B)
	2n TRIMESTRE	Equip docent	Fase 10 - Fitxa contactes professionals de l'àmbit d'especialització professional (10B)
Final de curs	1r	Servei d'orientació	Fase 6: Formació complementària - Fitxa formació associada a les àrees d'interès de l'alumnat (6B)
	2n	Servei d'orientació	- Fitxa formació no reglada associada àrea especialització (9.1.B) - Fitxa formació reglada associada àrea especialització (9.2.B)

S'ha elaborat una fitxa individual per cada una de les fases que formarà part de l'informe individual d'orientació. Cada alumne disposarà d'una carpeta virtual e-portfolio) on s'inclouran les fitxes de l'informe.

En finalitzar cada alumne ha de tenir fet el "Document resum de l'Informe personal d'Orientació" (fitxa 13B).

DOSSIER DE SEGUIMENT PELS EQUIPS DE TUTORIA DE CICLE

1a FASE: ÀMBITS DE CONEIXEMENT

1.A . PROCEDIMENT: DONAR A CONÈIXER EL PERFIL PROFESSIONAL DEL TÍTOL



El perfil professional del títol conté informacions que són importants transmetre a l'alumnat per a què tingui una visió general dels estudis que va a realitzar i així mateix conté informació rellevant en relació a les ocupacions més rellevants que es poden exercir, el sector professional i la seva perspectiva.

Aquesta informació es pot treballar al principi del primer curs del cicle formatiu (fitxa 1B).

La informació més important que és susceptible de ser tractada en aquesta primera fases és:

- Identificació del títol amb la durada del cicle formatiu.
- Competència general.
- Capacitats clau: capacitats transversals que s'apliquen als llocs de treball.
- L'entorn professional i les ocupacions associades.
- Prospectiva del títol
- Els mòduls professionals.

Aquesta informació es pot trobar al Reials Decrets dels títols d'FP.

Exemple

Font: Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas.

1. Identificació del títol

Denominació: Màrqueting i publicitat
Nivell: Cicle Formatiu de Grau Superior
Família professional: Comerç i
Màrqueting Durada: 2000 hores

2. 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 publicitar els productes i/o serveis en els mitjans i suports de comunicació adequats, elaborant els material publipromocionals necessaris.

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. Competències professionals, personals i socials

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.
2. Assistir en l'elaboració i seguiment de les polítiques i plans de màrqueting, analitzant les variables del màrqueting mix per aconseguir els objectius comercials definits per l'empresa.
3. 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.
4. 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.
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

acomplir els objectius fixats en el pla d'investigació comercial.

6. Dissenyar la política de relacions públiques de l'empresa i organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació, interpretant el brifing, contractant proveïdors, actors i agents, assistint, dirigint i supervisant els esdeveniments, per aconseguir amb l'establert en la política de comunicació del pla de màrqueting.

7. Gestionar els serveis d'atenció i informació al client i 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.

8. Elaborar el pla de mitjans publicitaris de l'empresa, combinant-los adequadament, i realitzar-ne el control per assolir-ne l'execució i eficàcia.

9. Gestionar el llançament i implantació de productes i/o serveis en el 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.

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.

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.

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.

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.

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.

15. 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.

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.

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.

18. Realitzar la gestió bàsica per la creació i el funcionament d'una petita empresa i tenir iniciativa en la seva activitat professional amb sentit de la responsabilitat social.

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.

5. Entorn professional i ocupacions associades

Les persones que obtenen aquest títol exerceixen la seva activitat en empreses de qualsevol sector productiu i principalment del sector del comerç i màrqueting públic i privat, realitzant funcions de planificació, organització i gestió d'activitats de màrqueting, investigació comercial, publicitat i relacions públiques.

Es tracta de treballadors per compte propi que gestionen la seva empresa realitzant activitats de comunicació i de publicitat i esdeveniments en l'àmbit públic i privat, o de treballadors per compte aliè que exerceixen la seva activitat als departaments de màrqueting, comunicació i gabinets de premsa i comunicació de qualsevol empresa o organització, o en empreses de comunicació i de publicitat i esdeveniments en l'àmbit públic i privat, així com empreses, organitzacions i instituts d'investigació de mercats i opinió pública dins del departaments d'enquesta i/o investigació als subsectors de:

- Indústria, comerç i agricultura, en el departament de màrqueting, publicitat, relacions públiques, enquestes o investigació.
- Empreses de distribució comercial majorista i/o minorista, en el departament de màrqueting, publicitat, relacions públiques, o enquestes i investigació.
- Entitats financeres i d'assegurances, en el departament de màrqueting, publicitat, relacions públiques o enquestes i investigació.
- Empreses importadores, exportadores i distribuïdores-comercialitzadores.
- Empreses de logística i transport.
- Associacions, institucions, organismes i organitzacions no governamentals (ONG)

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

- Assistent del cap de producte
- Tècnic de màrqueting
- Tècnic en publicitat
- Tècnic en relacions públiques
- Organitzador d' esdeveniments de màrqueting i comunicació
- Auxiliar de medis en empreses de publicitat
- Controlador d'emissió en mitjans de comunicació
- Tècnic en estudis de mercat i opinió pública
- Tècnic en treballs de camp
- Inspector d'enquestadors
- Agent d'enquestes i censos
- Codificador de dades per a investigacions de mercat.

6. Prospectiva del títol

Al llarg de la darrera meitat del segle XX les empreses han anat evolucionant envers sistemes productius més centrats en les preferències dels consumidors, en lloc de la producció indiscriminada de bens i serveis. Actualment s'investiga sobre productes o serveis que el consumidor demanda i, a partir d'aquesta informació, l'empresa pren les decisions oportunes abans de llençar el producte o servei al mercat.

Actualment, les empreses compten amb un departament de màrqueting, que s'encarrega de la presa de decisions no només sobre la promoció de productes i serveis sinó també sobre els canals de distribució, els preus, i sobretot, els productes, és a dir, en l'empresa actual el departament de màrqueting decideix quins productes o serveis produirà i prestarà a l'empresa, els canals pels quals es comercialitzaran i els preus i les promocions que es realitzaran.

Són, totes elles, decisions transcendents pel normal funcionament de l'empresa i els arguments principals en què es basen les seves decisions són obtinguts d'estudis de mercat i sistemes d'informació de l'empresa.

L'evolució constant de les noves tecnologies de la comunicació fan imprescindible el seu coneixement i ús, per aprofitar de manera eficient les accions publicitàries i promocionals portades a terme per les empreses.

És per tant necessari que el sector del comerç compti amb professionals amb formació suficient en accions de màrqueting, en estudis de mercats, en sistemes d'informació útils i eficaços, en habilitats de comunicació i que siguin capaços d'aprofitar les noves tecnologies de la informació i la comunicació per gestionar el coneixement empresarial necessari per complir amb els objectius comercials fixats per la direcció de màrqueting.

Aquesta formació no havia estat tractada suficientment en la formació professional avui en dia es considera necessària per aconseguir un lloc de treball en les empreses que compten amb un departament de màrqueting.

Aquest títol aborda la formació en màrqueting, en investigació comercial i en publicitat, emmarcant-la en un perfil professional que es completa amb formació en vendes i gestió d'empreses. També s'incorpora l'actualització necessària en les noves tecnologies de la informació, imprescindibles com a mitjà de comunicació entre l'empresa comercial i el seu entorn.

Les funcions d'aquest tècnic en el lloc de treball estaran afectades de forma considerable per l'aplicació generalitzada de les noves tecnologies a la presa de decisions per a què resultin útils i eficaces dins l'empresa i s'apliquen fonamentalment a:

- Els processos de disseny, elaboració i control de les accions del pla de màrqueting de l'empresa.
- Els processos de recerca, tractament i anàlisi de la informació rebuda.
- Els processos d'implantació de les accions de màrqueting en productes o serveis, preus, promocions i distribució.
- El disseny i elaboració d'accions promocionals dels productes o serveis de les empreses.
- Els processos de comercialització dels productes i serveis.
- La comunicació amb el client i l'atenció al client.
- Els processos de comercialització a través de canals digitals.
- El control de la qualitat dels serveis prestats.
- Els mètodes d'organització del treball.

Els canvis tecnològics de caràcter digital que s'han produït als darrers anys principalment en l'àmbit de les telecomunicacions a nivell mundial amb la generalització de l'ús a Internet ha

provocat un flux addicional d'informació que ha de ser aprofitat per les empreses per generar valor afegit en la qualitat dels productes i serveis oferts, així com una major eficàcia en la seva relació amb altres empreses i/o clients, entre les quals es poden mencionar:

- L'ús generalitzat d'Internet per realitzar comunicacions i gestions via correu electrònic.
- L'ús de mitjans i sistemes de comunicació digitals per desenvolupar diferents accions de màrqueting i promoció.
- L'ús de mitjans de comunicació digitals segurs per realitzar transaccions comercials i gestió de documents de manera fiable, segura i confidencial.

En conseqüència, el perfil professional del títol dins del sector empresarial marca una evolució envers aquelles competències que no només aportin al sector eficiència tècnica i econòmica, sinó també aconseguixin la incorporació i aprofitament de les noves tecnologies en el funcionament de mercats globals per a aconseguir que les empreses contribueixin a crear una societat més justa, mediambientalment compromesa i socialment més igualitària.

7. Objectius generals del títol

1. Conèixer i valorar les fonts i productes financers disponibles, tals com crèdits, préstecs i altres instruments financers, així com les possibles subvencions i seleccionar les més convenientes 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 requerits en el desenvolupament de l'activitat.
2. 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.
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 o realitzar accions de màrqueting digital.
4. Dissenyar plans d'investigació comercial, determinant les necessitats d'informació, recollint les dades secundàries i primàries necessàries per obtenir i organitzar informació fiable dels mercats.
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.
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.
7. 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 o entrevistes.
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.
9. Relacionar i coordinar als diferents proveïdors, actors i agents que intervenen, dirigint i supervisant l'esdeveniment segons els protocol establert i resolent les incidències de forma

proactiva, per organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació.

10. Organitzar el departament d'atenció al client i establir les línies d'actuació per assolir la satisfacció i fidelització dels clients, aplicant tècniques de comunicació adequades per gestionar els serveis d'atenció i informació al client.

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.

12. Realitzar la proposta 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.

13. Elaborar l'argumentari de vendes del producte o servei per la seva presentació a la xarxa de vendes i definir les accions de màrqueting i de promoció comercial, analitzant dades dels sistema d'informació de mercats i el briefing del producte, per gestionar el llançament i implantació de productes i/o serveis en el mercat.

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.

15. Gestionar en anglès les relacions amb clients, proveïdors, organismes públics, banca nacional i internacional i altres operadors que intervenen en les activitats comercials.

16. Analitzar i utilitzar recursos i oportunitats d'aprenentatge relacionades 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.

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.

18. Prendre decisions de forma fonamentada analitzant les variables implicades, integrant sabers d'àmbits diferents i acceptant els riscos i la possibilitat d'equivocació en aquestes decisions, per fer front i resoldre situacions diferents, problemes o contingències.

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.

20. 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.

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.

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

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 la qualitat.

24. Utilitzar procediments relacionats amb la cultura emprendedora, empresarial i d'iniciativa professional, per realitzar la gestió bàsica d'una petita empresa o emprendre un treball.

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

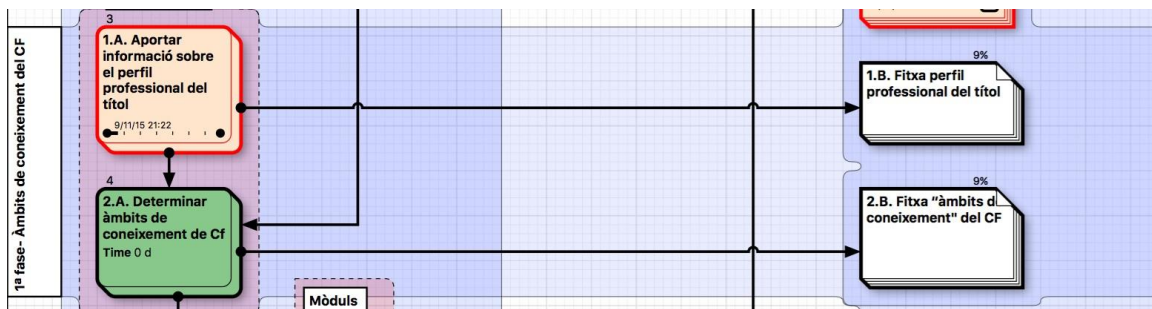
8. Mòduls professionals

Mòduls Professionals	Durada
Atenció al client, consumidor i usuari	132
Disseny i elaboració de material de comunicació	132
Gestió econòmica i financera de l'empresa	132
Investigació comercial	132
Treball de camp en la investigació comercial	66
Llançament de productes i serveis	165
Màrqueting digital	132
Mitjans i suports de comunicació	99
Polítiques de màrqueting	165
Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting	165
Anglès	132
Formació i orientació laboral.	99
Projecte de màrqueting i publicitat	99
Formació en centres de treball.	350

1a FASE: ÀMBITS DE CONEIXEMENT

2.A PROCEDIMENT: IDENTIFICAR ELS ÀMBITS DE CONEIXEMENT DEL CICLE FORMATIU

Anomenem **àmbits de coneixement** dels cicles formatius a una agrupació dels mòduls del cicle que tinguin continguts similars o relacionats entre si i que permeten exercir un mateix tipus d'ocupacions en el mercat.



Exemples d'àmbits de coneixement

CFGS Màrqueting i publicitat	
Mòduls del CF	Àrees de coneixement
- Investigació comercial	Investigació comercial
- Treball de camp en la investigació comercial	
- Llançament de productes i serveis - Polítiques de màrqueting	Estratègies de màrqueting
- Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting. - Disseny i elaboració de material de comunicació. - Mitjans i suports de comunicació - Atenció al client, consumidor i usuari	Atenció al client, comunicació i relacions públiques
- Gestió econòmica i financera de l'empresa	Gestió econòmica i financera
CFGS Mecatrònica industrial	
Mòduls del CF	Àrees de coneixement
- Sistemes mecànics - Sistemes hidràulics i pneumàtics - Sistemes elèctrics i electrònics - Configuració de sistemes mecatrònics - Processos de fabricació	Fabricació i manteniment
- Integració de sistemes - Processos i gestió de manteniment i qualitat	Supervisió i control

Perquè identificar els àmbits de coneixement del cicle?

Per que són les àrees més àmplies de continguts amb sentit per al treball, amb diferències substancials entre elles, i, per tant, més fàcilment identificables per a l'alumnat que encara no coneix ni ha cursat el cicle formatiu per tal que comenci a explorar les possibilitats professionals que li ofereix el cicle.

Aquest és el primer element d'un procés mitjançant el qual l'alumnat començarà a discriminar entre les diferents parts dels seus estudis per acabar enfocant-se cap a una àrea d'especialització concreta.

Tot procés mitjançant el qual l'alumnat estableixi relacions entre els seus estudis i el seu futur professional, contribueix a despertar el seu interès envers els mateixos i millorar la seva motivació.

Cada professor/a des de la docència del seu mòdul serà qui podrà mostrar l'alumnat les opcions professionals que cada un d'aquests mòduls aporta mitjançant:

- Fomentant el **treball per competències** i avaluant les capacitats clau.
- Incorporant **metodologies** que fomentin l'aprenentatge significatiu.
- Delegant part de la **iniciativa de l'aprenentatge** a l'alumnat (activitats de recerca individualitzada, flipped classroom, etc...)
- Potenciant els **coneixements més valorats pel mercat de treball** i apropant les experiències del món del treball dins el seu mòdul.
- Promovent el **networking** (referents professionals i contacte amb experts i professionals dins la seva àrea)

Transcorregut un temps des del començament dels estudis, a mida que l'alumnat pren consciència del contingut de cada mòdul, serà capaç de discernir entre les opcions professionals de cada una d'aquestes àrees de coneixement i triar-ne alguna que li resulti més atractiva. A aquesta àrea de coneixement l'anomenarem "**àrea d'interès**", i serà l'àrea cap a la qual enfocar-se i continuar explorant les opcions professionals de manera més específica.

Com es poden identificar els àmbits de coneixement d'un cicle formatiu per a l'orientació professional?

La qualificació professional és el conjunt de competències professionals (coneixements i capacitats) que permeten donar resposta a ocupacions i llocs de treball amb valor en el mercat laboral.

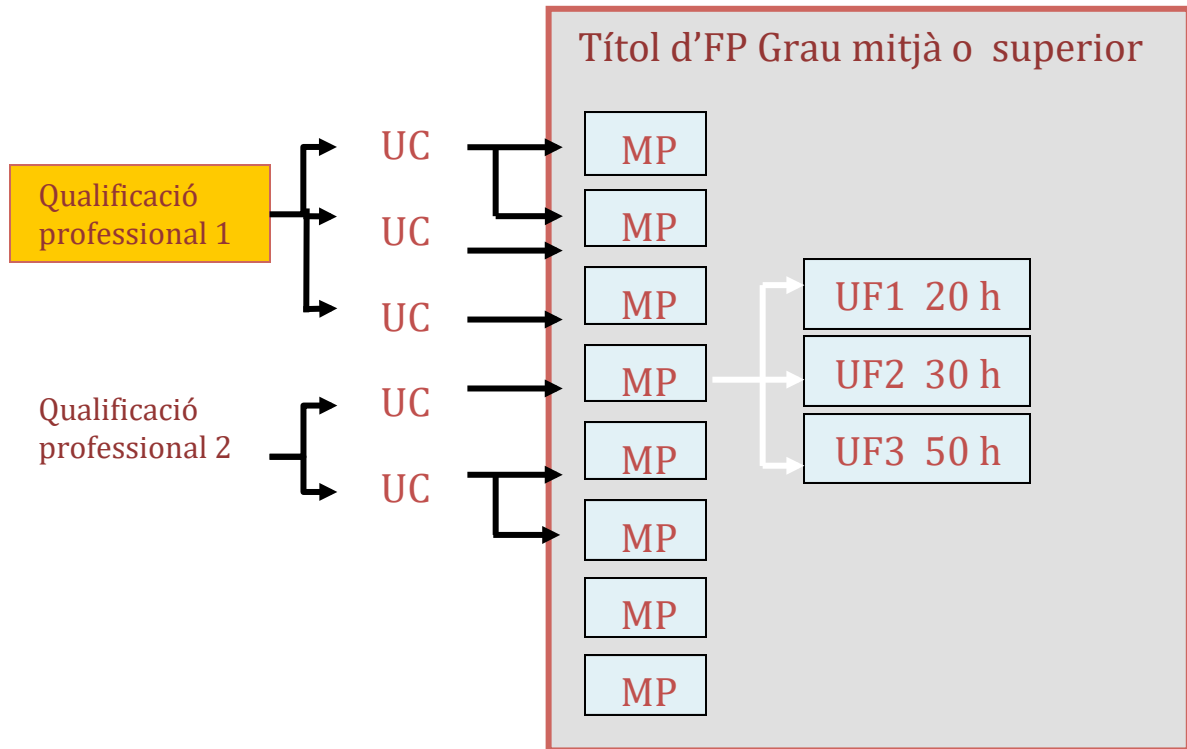
La qualificació professional es divideix en unitats de competència.

Una unitat de competència és un conjunt de realitzacions professionals amb valor i significat en el treball i han de tenir sentit per la majoria dels ocupadors del sector. El conjunt de realitzacions professionals que engloba hauria de ser susceptible de constituir un rol essencial de treball.

La realització professional descriu allò que les persones han de ser capaces de realitzar en les situacions de treball. Expressa els assoliments o resultats esperats que la persona ha de ser capaç de demostrar per aconseguir el rol de la corresponent unitat de competència.

Accedir al catàleg de qualificacions de l'ICQP:

http://icqp.gencat.cat/ca/arees_d_actuacio/qualificacions/



Per determinar les àrees de coneixement:

1. Buscar en el Decret del títol quines són les qualificacions completes o incompletes i llistar-les.
2. Relacionar les Unitats de Competència associades a aquestes qualificacions.
3. Relacionar els Mòduls derivats de les UC anteriors (*ANEXO V A- del Decret Correspondencia de las unidades de competencia acreditadas de acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la Ley Orgánica 5/2002, de 19 de junio, con los módulos profesionales para su convalidación*)
4. En funció del perfil professional del títol determinar si les àrees de coneixement coincideixen amb la qualificació professional o convé subdividir-les una mica més i relacionar-les amb un nombre inferior de mòduls que els que té la qualificació.
5. Llistar les ocupacions relacionades que hi ha a cada àrea de coneixement que apareixen en el decret del títol. En cas que aparegui alguna àrea sense ocupacions es poden extreure de les que estan associades a la unitat de competència (web icqp, per exemple).

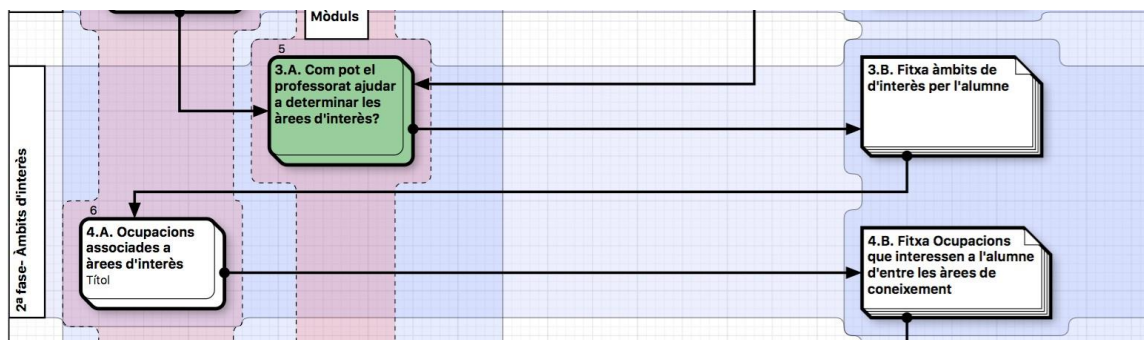
Pel que fa a l'orientació professional de l'alumnat, la fitxa resultant que es presenta a l'alumnat permet visualitzar d'un cop d'ull la relació entre la qualificació professional i els mòduls i ocupacions associades.

Això implica, entre d'altres, la possibilitat de què l'alumnat pugui aconseguir certificacions parcials del seu títol convalidant les UC obtingudes d'una qualificació professional amb certificats de professionalitat.

2a FASE: ÀMBITS D'INTERÈS

3.A PROCEDIMENT: COM POT EL PROFESSORAT TREBALLAR ELS MÒDULS PER TAL QUE L'ALUMNAT TROBI UN ÀREA D'INTERÈS DINS DELS CONTINGUTS DEL CICLE FORMATIU?

A efectes de l'orientació professional anomenarem àrees o àmbits d'interès a l'àmbit de coneixement que l'alumnat hagi triat d'entre els que inicialment se'ls hi van presentar per fer una recerca més concreta respecte a un possible àmbit d'especialització professional.



L'objectiu en aquesta fase és, per tant, que l'alumnat triï una àrea d'interès dintre les possibles àrees de coneixement.

Per exemple dins d'aquests àmbits de coneixement un alumne pot triar explorar opcions professionals dins del bloc de l'assistència a la investigació comercial.

CFGS Màrqueting i publicitat	
Mòduls del CF	Àrees de coneixement
- Investigació comercial	Assistència a la investigació comercial
- Treball de camp en la investigació comercial	
- Llançament de productes i serveis - Polítiques de màrqueting - Gestió econòmica i financera de l'empresa	Gestió del màrqueting
- Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting. - Disseny i elaboració de material de comunicació. - Mitjans i suports de comunicació	Gestió de la comunicació i relacions públiques
- Atenció al client, consumidor i usuari	Atenció al client
- Gestió econòmica i financera de l'empresa	Gestió comercial i financera del transport per carretera

Això ho farà com a conseqüència d'un *procés d'exploració dels diferents mòduls del cicle* i haurà tingut en compte:

- Les seves capacitats de partida (avaluació diagnòstica)
- L'avaluació dels mòduls relacionats amb cada àrea
- Les seves preferències

El professorat de cada un dels mòduls té un rol fonamental per tal que l'alumnat pugui explorar les opcions professionalitzadores de cada un d'ells i finalment descobrir quines són les àrees que tenen per a ell major projecció professional.

En particular:

- Fomentant el **treball per competències** i avaluant les capacitats clau.
- Incorporant **metodologies** que fomentin l'aprenentatge significatiu.
- Delegant part de la **iniciativa de l'aprenentatge** a l'alumnat (activitats de recerca individualitzada, flipped classroom, etc.)
- Potenciant els **coneixements més valorats pel mercat de treball** i apropant les experiències del món del treball dins el seu mòdul.
- Promovent el **networking** (referents professionals i contacte amb experts i professionals dins la seva àrea)

Al final d'aquest procés d'exploració i a fi de detectar les possibles àrees d'interès, un dels punts de referència serà la valoració del conjunt de mòduls que formin part d'aquella àrea de coneixement. L'àrea o àrees millor valorades serà susceptible de constituir una àrea d'interès cap a la qual continuar explorant possibilitats d'especialització.

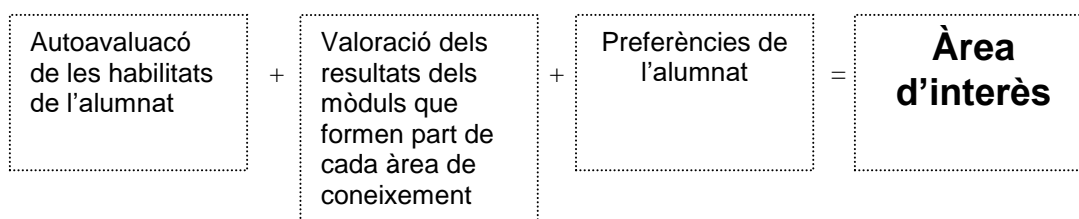
Avaluació de les àrees de coneixement per a la tria de l'àrea d'interès

Relació d'alumnat	Àrea de coneixement 1	Àrea de coneixement 2	Àrea de coneixement 3	Àrea de coneixement 4	Àrea de coneixement 5
xxx	Valoració mitjana del bloc de mòduls que estigui cursant l'alumne xxx de l'àrea 1				
yyyy					

L'alumnat acabarà triant d'acord amb les seves preferències prenent com a referència l'avaluació anterior.

Tria de l'àrea d'interès per part de l'alumnat

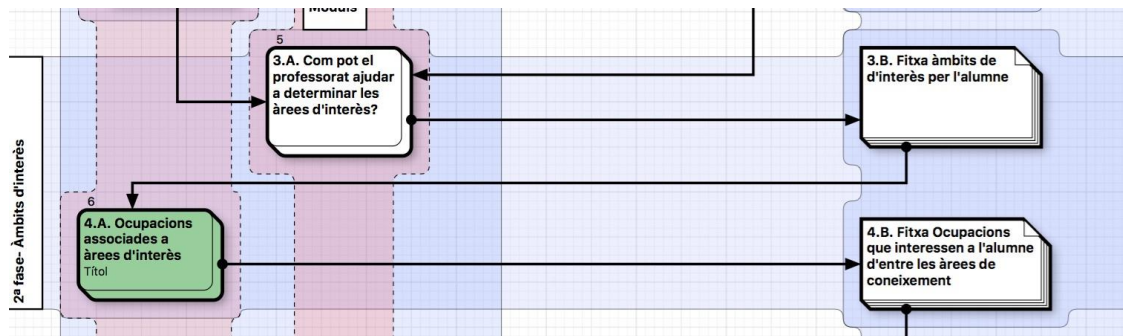
Es pot plantejar com una activitat per desenvolupar a una sessió de tutoria (Fitxa 3B) on es tingui en compte, al final d'un període de temps, quan l'alumnat ja coneix els mòduls del cicle:



3a FASE: MERCAT

4.A. PROCEDIMENT: OCUPACIONS ASSOCIADES A LES ÀREES D'INTERÈS

En aquesta fase es tracta que l'alumnat faci una recerca sobre les ocupacions que estan dins de l'àrea d'interès triada al procediment 3 per tal que tingui una visió general del tipus d'ocupacions que n'hi ha, sense entrar en massa detall.



Les ocupacions relacionades corresponen a les que estan publicades en el Decret del títol, i que estan recollides a la fitxa del alumne 3B.

Possiblement el sector hagi evolucionat de manera que hi hagi ocupacions i especialitats noves que no surten recollides, la detecció de les quals es realitzarà en un treball posterior. L'objectiu d'aquesta fase és disposar d'una visió general del tipus d'ocupació que hi ha i les característiques que tenen en comú.

Exemple:

Mòduls	Àrea de coneixement	Ocupacions relacionades
- Investigació comercial - Treball de camp en la investigació comercial	Assistència a la investigació comercial	- Tècnic en estudis de mercat - Tècnic en treballs de camp - Inspector d'enquestadors - Agent d'enquestes - Codificador de dades per a investigacions de mercats
- Llançament de productes i serveis - Polítiques de màrqueting - Gestió econòmica i financera de l'empresa	Estratègies de màrqueting	- Assistent del cap de producte - Tècnic de màrqueting
- Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting - Disseny i elaboració de material de comunicació. - Mitjans i suports de comunicació	Atenció al client, comunicació i relacions públiques	- Tècnic en publicitat - Tècnic en relacions públiques - Organitzador d'esdeveniments de màrqueting i comunicació - Auxiliar de medis en empreses de publicitat - Controlador d'emissió en mitjans de comunicació i opinió pública
- Atenció al client, consumidor i usuari	Atenció al client	- Tècnic/a d'informació en empreses - Tècnic/a en consum d'organismes públics i privats
- Gestió econòmica i financera de l'empresa	Gestió comercial i financera del transport per carretera	

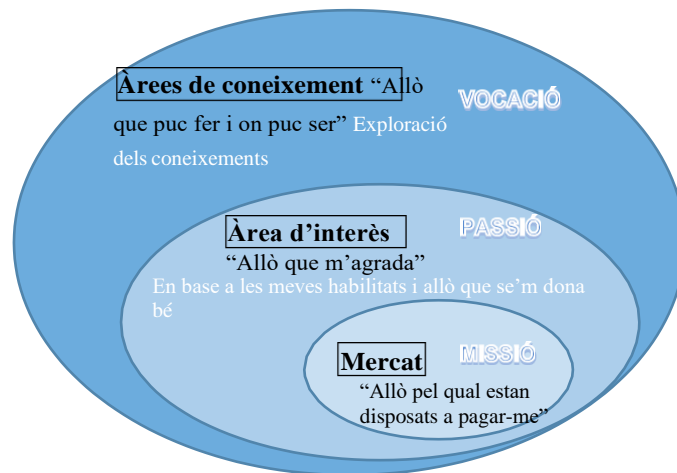
A l'alumnat se li pot proposar una activitat perquè faci una recerca de les ocupacions que estan dins de l'àrea d'interès triada i identifiqui algunes característiques (Fitxa 4B).

3a FASE: MERCAT

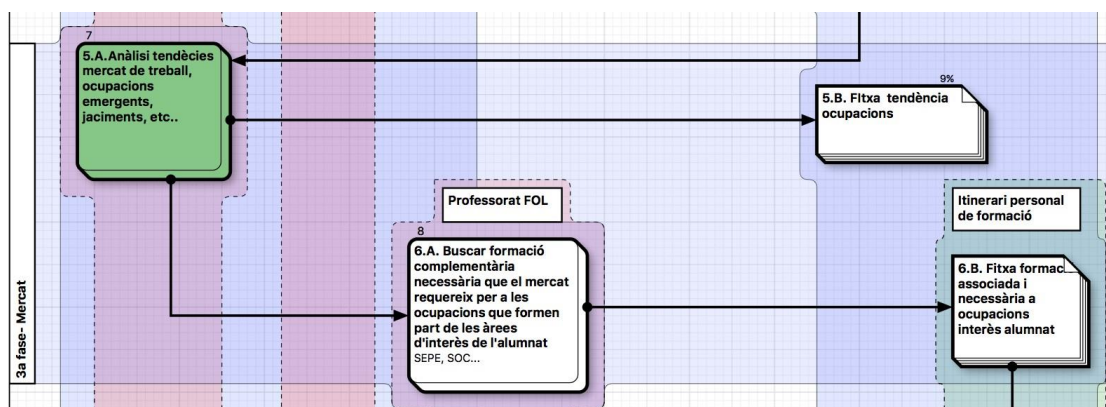
5.A PROCEDIMENT: PROSPECCIÓ DEL MERCAT DE TREBALL

En aquesta etapa es tracta d'analitzar el **potencial** respecte l'ocupabilitat en el mercat laboral de l'àrea d'interès triada i detectar possibles oportunitats.

El procés d'anàlisi que ha fet l'alumnat fins arribar a aquest punt, es podria resumir de la manera següent:



Els procediments implicats en aquesta fase són, per una banda l'exploració en sí mateixa del mercat (5A) i, a continuació veure si hi ha alguna formació addicional a la del títol, que el mercat està demandant i per a la qual cal preparar-se (6A).



El potencial que ofereix un grup d'ocupacions respecte a la possibilitat de ser ocupat en el mercat es pot valorar a partir dels següents elements:

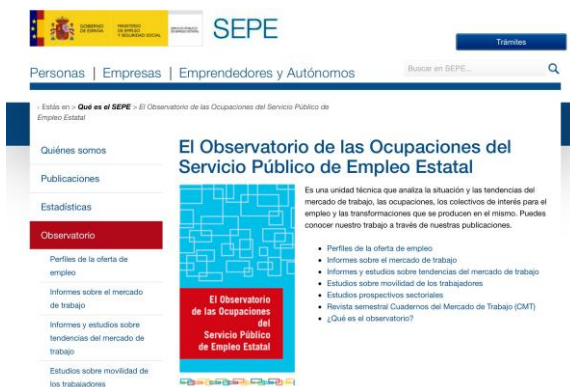
1. Anàlisi de la **prospectiva del sector** que es troba al títol dels cicles formatius (treballat al procediment 1A i que es pot utilitzar aquí com a element de referència)
2. **Estadístiques:** tendències interanuals en el volum de contractació d'ocupacions determinades. (Font: SEPE). Aquestes permetran determinar la presència de:
 - **Ocupacions emergents-** són aquelles ocupacions existents que presenten un volum de contractació superior a la mitjana.
 - **Noves ocupacions-** són ocupacions que encara no existeixen en un nombre significatiu però tenen una demanda que creix significativament.
3. **Estudis de sectors:** empreses o entitats que hagin analitzat algun sector i hagin detectat necessitats específiques respecte a ocupacions o llocs de treball. (*Exemple Barcelona Activa: <http://w27.bcn.cat/porta22/cat/sectors/sectors.do>*)
4. **Anàlisi de les ofertes de feina:** les webs de recerca de feina, o bé ofereixen estudis, o bé es pot observar quins són els perfils de llocs de treball que es demanen (Ex. Ranstadt)

No existeixen estadístiques ni estudis de sectors relacionades amb totes les ocupacions, per la qual cosa en funció de la família/ocupació analitzada caldrà utilitzar diferents recursos.

Les conclusions que es puguin obtenir en relació al potencial d'una ocupació són simplement a nivell orientatiu, si les preferències de l'alumnat estan molt marcades en relació amb una ocupació o grup d'ocupacions determinades, es possible continuar amb el treball d'una possible especialització en aquestes tot i que, a priori, sembli no existir un elevat potencial d'ocupabilitat.

Observatori d'ocupacions del SEPE

L'observatori d'ocupacions del SEPE disposa d'informació respecte els apartats anteriors, https://www.sepe.es/contenidos/que_es_el_sepe/observatorio/observatorio.html



En particular:

- Perfils de l'oferta d'ocupació
- Informes sobre tendències del mercat de treball
- Estudis prospectius de sectors

L'anàlisi d'aquests elements permetrà conèixer diferents aspectes del grup d'ocupacions, així com detectar possibles oportunitats.

- ***Perfils de l'oferta d'ocupació***

Es poden analitzar diferents perfils que corresponguin a una àrea d'interès, respecte a:

- Principals indicadors laborals del grup professional
- Caracterització de l'oferta d'ocupació
 - o Condicions laborals dels llocs de treball
 - o Competències específiques que es requereixen per desenvolupar l'ocupació
 - o Perfil dels candidats
- Funcions i tasques associades al grup professional

- ***Informes sobre tendències del mercat de treball***

Es poden analitzar si les ocupacions que s'estan analitzant presenten una tendència positiva en el volum de contractació:

- Veure si les ocupacions objecte d'anàlisi perquè formen part de l'àrea d'interès tenen un creixement interanual superior a la mitjana, o bé si tot i no créixer molt, el volum de contractació és elevat. La informació es presenta per CCAA.

- ***Estudis prospectius de sectors***

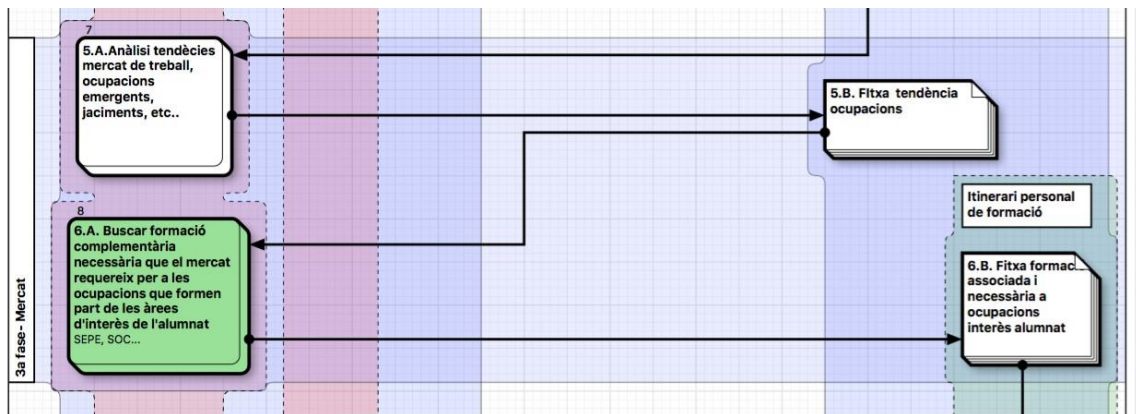
El SEPE anualment tria uns sectors i realitza un anàlisi prospectiu. Caldria veure si per a la família professional que s'està treballant existeix un estudi realitzat i analitzar:

- Tendència i perspectives de l'ocupació.
- Necessitats de l'ocupació
- Necessitats de la formació
- En general, les dades del sector

4a FASE ÀMBITS D'ESPECIALITZACIÓ

6.A FORMACIÓ COMPLEMENTÀRIA AL TÍTOL

L'alumnat en aquesta fase, i, un cop analitzades les ocupacions amb més potencial dins l'àrea d'interès, hauria de registrar aquella formació que, al marge de la que s'estudia al títol, necessita per exercir aquest grup d'ocupacions.



La pàgina del SEPE que analitza els perfils de les ofertes d'ocupació ja conté informació d'aquestes característiques. Es tracta que l'alumnat doncs, expliciti, a partir d'un grup d'ocupacions que hagi detectat interessant en analitzar les tendències del mercat, quina n'és la formació complementària associada.

Per complementar aquesta informació es poden utilitzar diferents webs de cercadors d'ocupacions.

La formació complementària associada es recollirà en un document apart que formarà part del document **Itinerari personal de formació**, dins de l'informe personal d'orientació de l'alumne, i estarà format:

- Formació necessària per al grup d'ocupacions en general (6A-6B)
- Formació necessària per assolir una especialització concreta, poden ser cursos específics o bé unitats formatives d'altres titulacions

INFORME PERSONAL D'ORIENTACIÓ

FITXES DE L'ALUMNE

amb el suport de



INFORME PERSONAL D'ORIENTACIÓ 1a FASE ÀMBITS DE CONEIXEMENT

1.B. FITXA PERFIL PROFESSIONAL DEL TÍTOL

ALUMNE/A: _____

Font: Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas.

1. Identificació del títol

Denominació: Màrqueting i publicitat
Nivell: Cicle Formatiu de Grau
Superior Família professional:
Comerç i Màrqueting Durada: 2000
hores

2. 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 publicitar els productes i/o serveis en els mitjans i suports de comunicació adequats, elaborant els material publipromocionals necessaris.

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. Competències professionals, personals i socials

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.

2. Assistir en l'elaboració i seguiment de les polítiques i plans de màrqueting, analitzant les variables del màrqueting mix per aconseguir els objectius comercials definits per l'empresa.

3. 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.

4. 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.

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 aconseguir els objectius fixats en el pla d'investigació comercial.

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

acomplir amb l'establert en la política de comunicació del pla de màrqueting.

7. Gestionar els serveis d'atenció i informació al client i 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.

8. Elaborar el pla de mitjans publicitaris de l'empresa, combinant-los adequadament, i realitzar-ne el control per assolir-ne l'execució i eficàcia.

9. Gestionar el llançament i implantació de productes i/o serveis en el 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.

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.

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.

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.

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.

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.

15. 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.

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.

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.

18. Realitzar la gestió bàsica per la creació i el funcionament d'una petita empresa i tenir iniciativa en la seva activitat professional amb sentit de la responsabilitat social.

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.

5. Entorn professional i ocupacions associades

Les persones que obtenen aquest títol exerceixen la seva activitat en empreses de qualsevol sector productiu i principalment del sector del comerç i màrqueting públic i privat, realitzant funcions de planificació, organització i gestió d'activitats de màrqueting, investigació comercial, publicitat i relacions públiques.

Es tracta de treballadors per compte propi que gestionen la seva empresa realitzant activitats de comunicació i de publicitat i esdeveniments en l'àmbit públic i privat, o de treballadors per compte aliè que exerceixen la seva activitat als departaments de

màrqueting, comunicació i gabinets de premsa i comunicació de qualsevol empresa o organització, o en empreses de comunicació i de publicitat i esdeveniments en l'àmbit públic i privat, així com empreses, organitzacions i instituts d'investigació de mercats i opinió pública dins del departaments d'enquesta i/o investigació als subsectors de:

- Indústria, comerç i agricultura, en el departament de màrqueting, publicitat, relacions públiques, enquestes o investigació.
- Empreses de distribució comercial majorista i/o minorista, en el departament de màrqueting, publicitat, relacions públiques, o enquestes i investigació.
- Entitats financeres i d'assegurances, en el departament de màrqueting, publicitat, relacions públiques o enquestes i investigació.
- Empreses importadores, exportadores i distribuïdores-comercialitzadores.
- Empreses de logística i transport.
- Associacions, institucions, organismes i organitzacions no governamentals (ONG)

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

- Assistent del cap de producte
- Tècnic de màrqueting
- Tècnic en publicitat
- Tècnic en relacions públiques
- Organitzador d' esdeveniments de màrqueting i comunicació
- Auxiliar de medis en empreses de publicitat
- Controlador d'emissió en mitjans de comunicació
- Tècnic en estudis de mercat i opinió pública
- Tècnic en treballs de camp
- Inspector d'enquestadors
- Agent d'enquestes i censos
- Codificador de dades per a investigacions de mercats

6. Prospectiva del títol

Al llarg de la darrera meitat del segle XX les empreses han anat evolucionant envers sistemes productius més centrats en les preferències dels consumidors, en lloc de la producció indiscriminada de bens i serveis. Actualment s'investiga sobre productes o serveis que el consumidor demanda i, a partir d'aquesta informació, l'empresa pren les decisions oportunes abans de llençar el producte o servei al mercat.

Actualment, les empreses compten amb un departament de màrqueting, que s'encarrega de la presa de decisions no només sobre la promoció de productes i serveis sinó també sobre els canals de distribució, els preus, i sobretot, els productes, és a dir, en l'empresa actual el departament de màrqueting decideix quins productes o serveis produirà i prestarà a l'empresa, els canals pels quals es comercialitzaran i els preus i les promocions que es realitzaran.

Són, totes elles, decisions transcendents pel normal funcionament de l'empresa i els arguments principals en què es basen les seves decisions són obtinguts d'estudis de mercat i sistemes d'informació de l'empresa.

L'evolució constant de les noves tecnologies de la comunicació fan imprescindible el seu coneixement i ús, per aprofitar de manera eficient les accions publicitàries i promocionals portades a terme per les empreses.

És per tant necessari que el sector del comerç compti amb professionals amb formació suficient en accions de màrqueting, en estudis de mercats, en sistemes d'informació útils i eficaços, en habilitats de comunicació i que siguin capaços d'aprofitar les noves tecnologies de la informació i la comunicació per gestionar el coneixement empresarial necessari per complir amb els objectius comercials fixats per la direcció de màrqueting.

Aquesta formació no havia estat tractada suficientment en la formació professional avui en dia es considera necessària per aconseguir un lloc de treball en les empreses que compten amb un departament de màrqueting.

Aquest títol aborda la formació en màrqueting, en investigació comercial i en publicitat, emmarcant-la en un perfil professional que es completa amb formació en vendes i gestió d'empreses. També s'incorpora l'actualització necessària en les noves tecnologies de la informació, imprescindibles com a mitjà de comunicació entre l'empresa comercial i el seu entorn.

Les funcions d'aquest tècnic en el lloc de treball estaran afectades de forma considerable per l'aplicació generalitzada de les noves tecnologies a la presa de decisions per a què resultin útils i eficaços dins l'empresa i s'apliquen fonamentalment a:

- Els processos de disseny, elaboració i control de les accions del pla de màrqueting de l'empresa.
- Els processos de recerca, tractament i anàlisi de la informació rebuda.
- Els processos d'implantació de les accions de màrqueting en productes o serveis, preus, promocions i distribució.
- El disseny i elaboració d'accions promocionals dels productes o serveis de les empreses.
- Els processos de comercialització dels productes i serveis.
- La comunicació amb el client i l'atenció al client.
- Els processos de comercialització a través de canals digitals.
- El control de la qualitat dels serveis prestats.
- Els mètodes d'organització del treball.

Els canvis tecnològics de caràcter digital que s'han produït als darrers anys principalment en l'àmbit de les telecomunicacions a nivell mundial amb la generalització de l'ús a Internet ha provocat un flux addicional d'informació que ha de ser aprofitat per les empreses per generar valor afegit en la qualitat dels productes i serveis oferts, així com una major eficàcia en la seva relació amb altres empreses i/o clients, entre les quals es poden mencionar:

- L'ús generalitzat d'Internet per realitzar comunicacions i gestions via correu electrònic.
- L'ús de mitjans i sistemes de comunicació digitals per desenvolupar diferents accions de màrqueting i promoció.
- L'ús de mitjans de comunicació digitals segurs per realitzar transaccions

comercials i gestió de documents de manera fiable, segura i confidencial.

En conseqüència, el perfil professional del títol dins del sector empresarial marca una evolució envers aquelles competències que no només aportin al sector eficiència tècnica i econòmica, sinó també aconseguixin la incorporació i aprofitament de les noves tecnologies en el funcionament de mercats globals per a aconseguir que les empreses contribueixin a crear una societat més justa, mediambientalment compromesa i socialment més igualitària.

7. Objectius generals del títol

1. Conèixer i valorar les fonts i productes financers disponibles, tals com crèdits, préstecs i altres instruments financers, així com les possibles subvencions i seleccionar les més convenientes 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 requerits en el desenvolupament de l'activitat.
2. 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.
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 o realitzar accions de màrqueting digital.
4. Dissenyar plans d'investigació comercial, determinant les necessitats d'informació, recollint les dades secundàries i primàries necessàries per obtenir i organitzar informació fiable dels mercats.
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.
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.
7. 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 o entrevistes.
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.
9. Relacionar i coordinar als diferents proveïdors, actors i agents que intervenen, dirigint i supervisant l'esdeveniment segons els protocol establert i resolent les incidències de forma proactiva, per organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació.
10. Organitzar el departament d'atenció al client i establir les línies d'actuació per assolir la satisfacció i fidelització dels clients, aplicant tècniques de comunicació adequades per gestionar els serveis d'atenció i informació al client.
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.
12. Realitzar la proposta 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.

13. Elaborar l'argumentari de vendes del producte o servei per la seva presentació a la xarxa de vendes i definir les accions de màrqueting i de promoció comercial, analitzant dades dels sistema d'informació de mercats i el brífing del producte, per gestionar el llançament i implantació de productes i/o serveis en el mercat.

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.

15. Gestionar en anglès les relacions amb clients, proveïdors, organismes públics, banca nacional i internacional i altres operadors que intervenen en les activitats comercials.

16. Analitzar i utilitzar recursos i oportunitats d'aprenentatge relacionades 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.

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.

18. Prendre decisions de forma fonamentada analitzant les variables implicades, integrant sabers d'àmbits diferents i acceptant els riscos i la possibilitat d'equivocació en aquestes decisions, per fer front i resoldre situacions diferents, problemes o contingències.

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.

20. 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.

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.

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

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 la qualitat.

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.

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

8. Mòduls professionals

Mòduls Professionals	Durada
Atenció al client, consumidor i usuari	132
Disseny i elaboració de material de comunicació	132

Gestió econòmica i financera de l'empresa	132
Investigació comercial	132
Treball de camp en la investigació comercial	66
Llançament de productes i serveis	165
Màrqueting digital	132
Mitjans i suports de comunicació	99
Polítiques de màrqueting	165
Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting	165
Anglès	132
Formació i orientació laboral	99
Projecte de màrqueting i publicitat	99
Formació en centres de treball	350



**PLA D'ACCIÓ TUTORIAL DE FORMACIÓ
PROFESSIONAL**

PAT-FP

2.B. FITXA ÀMBITS DE CONEIXEMENT

ALUMNE/A: _____

Exemple: CFGS Màrqueting i publicitat

Qualificació professional del títol (completa o incompleta)	UC	Mòduls	Àrea de coneixement	Ocupacions relacionade
Assistència a la investigació comercial	UC0993_3: Preparar la informació i instruments necessaris per a la investigació de mercats. UC0994_3: Organitzar i controlar l'activitat dels enquestadors. UC0995_2: Realitzar enquestes i/o entrevistes utilitzant les tècniques i procediments establerts. UC0997_3: Col·laborar en l'anàlisi i obtenció de conclusions a partir de la recerca de mercats.	- Investigació comercial - Treball de camp en la investigació comercial	Assistència a la investigació comercial	- Tècnic en estudis de mercat. - Tècnic en treballs de camp. - Inspector d'enquestadors - Agent d'enquestes - Codificador de dades per a investiga de mercats.
Gestió del màrqueting i la comunicació	UC2185_3: Assistir en la definició i seguiment de les polítiques i pla de màrqueting. UC2186_3: Gestionar el llançament i implantació de productes i serveis al mercat. UC2187_3: Organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació, seguint el protocol i criteris establerts. UC2188_3: Assistir en l'organització i seguiment del pla de mitjans i suports establert. UC2189_3: Elaborar i difondre en diferents suports, materials, senzills i autoeditables, publipromocionals i informatius.	- Llançament de productes i serveis - Polítiques de màrqueting - Gestió econòmica i financera de l'empresa.	Estratègies de màrqueting	- Assistent del cap de producte - Tècnic de màrqueting
		- Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting. - Disseny i elaboració de material de comunicació. - Mitjans i suports de comunicació	Atenció al client, comunicació i relacions públiques	- Tècnic en publicitat. - Tècnic en relacions públiques - Organitzador d'esdeveniments de màrqueting i comunicació - Auxiliar de medis en empreses de p - Controlador d'emissió en mitjans de comunicació i opinió pública
Atenció al client, consumidor o usuari	UC0241_2: Executar les accions del servei d'Atenció al Client/ Consumidor/Usuari. UC0245_3: Gestionar les queixes i reclamacions del client/consumidor/usuari.	- Atenció al client, consumidor i usuari	Atenció al client	- Tècnic/a d'informació en empreses - Tècnic/a en consum d'organismes p privats



**PLA D'ACCIÓ TUTORIAL DE FORMACIÓ
PROFSSIONAL**

PAT-FP

Gestió comercial i financera del
transport per carretera

UC2183_3: Gestionar l'activitat
economicofinancera del transport per
carretera.

- Gestió econòmica i financera
de l'empresa.

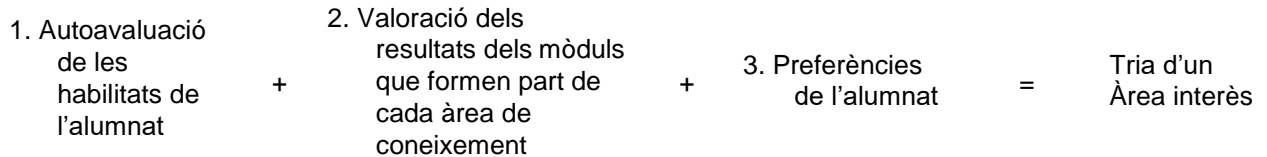
Gestió comercial i
financera del transport per

2a FASE : ÀMBITS D'INTERÈS

3.B. FITXA ÀMBITS D'INTERÈS

ALUMNE/A: _____

Objectiu de l'activitat: Triar un àrea d'interès a partir de:



1. AUTOAVALUACIÓ DE LES HABILITATS PERSONALS

Es proposa la següent activitat perquè l'alumnat s'autoavalui. Aquesta activitat és un exemple, el tutor/a pot proposar-ne d'altres.

Test d'habilitats personals:

El test permet conèixer quins són els punts forts i les habilitats personals menys desenvolupades.

Proposta de test: test de competències clau de BCN Activa.

goo.gl/1ijFc

Cal registrar-se. A continuació s'adjunten impressions de pantalla de com realitzar-ho.

1r Espai Personal i Plataforma Empresa-Ocupació → 2n Accés candidats → 3r Espai Personal i Plataforma Empresa-Ocupació → 4t El teu espai personal → 5é Aplicatius → 6é Competències clau.

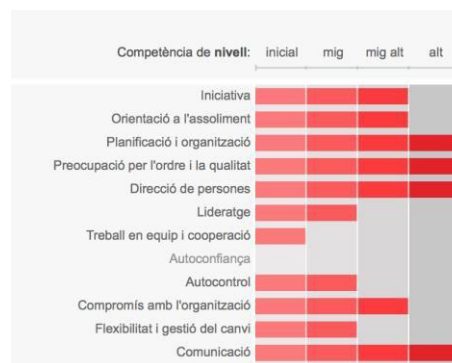




El test es compon de 220 qüestions en les que s'ha de valorar el grau d'acord o de desacord que es té al respecte.

En finalitzar el test s'hi genera una gràfica on es pot consultar quines característiques personals, de les 21 que avalua el test, es tenen més o menys destacades.

En l'apartat d'anàlisi de resultats, s'especifica, a partir de les respostes que s'han realitzat, quins són els punts forts i febles.



Una vegada identificades les característiques, s'ha d'indicar quines d'aquestes s'adeqüen a les àrees de coneixement.

Per exemple, una alumna del CFGS d'Administració i Finances, que té habilitat per resoldre problemes a partir d'una informació parcial, és detallista, molt endreçada i molt tímida, podria considerar-se que l'àrea de coneixement més afí a ella és l'àrea 3 "comptabilitat i finances".

<i>Exemple</i>		
Àrea de coneixement 1 Recursos humans	Àrea de coneixement 2 Administració	Àrea de coneixement 3 Comptabilitat i finances
- Endreçada	- Endreçada	- Tímida - Habilitat per resoldre problemes a partir d'una informació parcial. - Detallista - Endreçada

2) VALORACIÓ DELS RESULTATS DELS MÒDULS QUE FORMEN PART DE CADA ÀREA DE CONEIXEMENT

Ordenar les següents àrees d'acord amb la valoració mitjana obtinguda als mòduls que formen part de cada àrea per part de l'alumne/a que realitza la fitxa.

<i>Exemple</i>				
Àrea de coneixement 1	Àrea de coneixement 2	Àrea de coneixement 3	Àrea de coneixement 4	Àrea de coneixement 5
Valoració mitjana del bloc de mòduls que estigui cursant l'alumne xxx de l'àrea 1				

3) PREFERÈNCIES

Utilitzant com a referència la taula de la fitxa 2B, i el que has treballat als apartats anteriors, tria un àrea sobre la qual creus que t'agradaria fer una recerca sobre les possibilitats professionals que et podria oferir:

Àrea d'interès:

Exemple: CFGS Màrqueting i publicitat

Qualificació professional del títol (completa o incompleta)	UC	Mòduls	Àrea de coneixement	Ocupacions relacionades
Assistència a la investigació comercial	UC0993_3: Preparar la informació i instruments necessaris per a la investigació de mercats. UC0994_3: Organitzar i controlar l'activitat dels enquestadors. UC0995_2: Realitzar enquestes i/o entrevistes utilitzant les tècniques i procediments establerts. UC0997_3: Col·laborar en l'anàlisi i obtenció de conclusions a partir de la recerca de mercats.	- Investigació comercial - Treball de camp en la investigació comercial	Assistència a la investigació comercial	- Tècnic en estudis de mercat. - Tècnic en treballs de camp. - Inspector d'enquestadors - Agent d'enquestes - Codificador de dades per a investigacions de mercats.
Gestió del màrqueting i la comunicació	UC2185_3: Assistir en la definició i seguiment de les polítiques i pla de màrqueting. UC2186_3: Gestionar el llançament i implantació de productes i serveis al mercat. UC2187_3: Organitzar i gestionar esdeveniments de màrqueting i comunicació, seguint el protocol i criteris establerts. UC2188_3: Assistir en l'organització i seguiment del pla de mitjans i suports establert. UC2189_3: Elaborar i difondre en diferents suports, materials, senzills i autoeditables, publipromocionals i informatius.	- Llançament de productes i serveis - Polítiques de màrqueting - Gestió econòmica i financera de l'empresa.	Estratègies de màrqueting	- Assistent del cap de producte - Tècnic de màrqueting
		- Relacions públiques i organització d'esdeveniments de màrqueting. - Disseny i elaboració de material de comunicació. - Mitjans i suports de comunicació	Atenció al client, comunicació i relacions públiques	- Tècnic en publicitat. - Tècnic en relacions públiques - Organitzador d'esdeveniments de màrqueting i comunicació - Auxiliar de medis en empreses de publicitat - Controlador d'emissió en mitjans de comunicació i opinió pública
Atenció al client, consumidor o usuari	UC0241_2: Executar les accions del servei d'Atenció al Client/ Consumidor/Usuari. UC0245_3: Gestionar les queixes i reclamacions del client/consumidor/usuari.	- Atenció al client, consumidor i usuari	Atenció al client	- Tècnic/a d'informació en empreses - Tècnic/a en consum d'organismes públics i privats
Gestió comercial i financera del transport per carretera	UC2183_3: Gestionar l'activitat economicofinancera del transport per carretera.	- Gestió econòmica i financera de l'empresa.	Gestió comercial i financera del transport per carretera	

4.B. OCUPACIONS ASSOCIADES A LES ÀREES D'INTERÈS

ALUMNE/A: _____

Objectiu de l'activitat: realitzar un treball d'investigació per obtenir informació sobre les ocupacions vinculades a l'àrea d'interès per veure quines possibilitats professionals poden aportar.

1. Àrea d'interès elegida en la fitxa 3B del CF i ocupacions relacionades

L'àrea de coneixement que més m'interessa és: ...

Les ocupacions del Títol incloses en aquesta àrea són: ...

- ...
- ...
- ...

2. Ocupacions identificades dins l'àrea d'interès

Proposta d'activitat: l'alumnat en petits grups segons l'àrea d'interès elegida, ha de cercar informació sobre aquelles ocupacions que corresponen a la seva àrea d'interès. Posteriorment l'exposa al grup classe, perquè tots tinguin accés a aquesta informació.

La informació es busca en cercadors d'ocupacions com, per exemple, [Barcelona Activa](http://BarcelonaActiva.goo.gl/uTydUs) goo.gl/uTydUs

Aspectes a identificar:

- Quines són el tipus de tasques que aquestes ocupacions tenen en comú?
- Quines són les condicions del lloc de treball?

5.B. PROSPECCIÓ DEL MERCAT DE TREBALL

ALUMNE/A: _____

PROPOSTA D'ACTIVITAT

1. LLISTAT D'OCUPACIONS QUE CORRESPONEN A L'ÀREA D'INTERÈS (fitxa 4B)

- ...
- ...
- ...

2. PERFILS DE L'OFERTA D'OCUPACIÓ

Buscar els grups ocupacionals a l'observatori del SEPE que estiguin relacionats amb les ocupacions anteriors i analitzar:

- Principals indicadors laborals del grup professional
- Caracterització de l'oferta d'ocupació
 - o Condicions laborals dels llocs de treball
 - o Competències específiques que es requereixen per desenvolupar l'ocupació
 - o Perfil dels candidats
- Funcions i tasques associades al grup professional

2. TENDÈNCIES EN EL VOLUM DE CONTRACTACIÓ

Analitzar si hi ha ocupacions als grups ocupacionals que:

- Presenten una ocupació elevada.
- No presenten una ocupació elevada però presenten uns índexs de creixement interanual en el volum de contractació superiors a la mitjana..

3. ALTRES POSSIBLES OCUPACIONS, NOVES OCUPACIONS I OCUPACIONS EMERGENTS IDENTIFICADES DINS L'ÀREA D'INTERÈS.

Incloure la font i dades rellevants de l'ocupació

(Identificar la font i els aspectes a destacar de l'ocupació com, per exemple, les competències a desenvolupar, el perquè té un elevat potencial...)

- ...
- ...
-

4. ÀMBIT D'ESPECIALITZACIÓ

INFORME PERSONAL D'ORIENTACIÓ

6.B. FORMACIÓ COMPLEMENTÀRIA AL TÍTOL

ALUMNE/A _____

Proposta d'activitat per la tutoria

Triar un grup professional dels analitzats a partir de la informació que proporciona el SEPE:

Indicar la formació complementària que es necessita per exercir les ocupacions d'aquest grup:

- Idiomes:
- Informàtica:
- Cursos específics:
 -
 -
- Competències transversals:
 -
 -
 -

7.A. PROCEDIMENT: INFORMAR SOBRE LES EMPRESES DE L'ENTORN DEL CENTRE

CENTRE:

CICLE FORMATIU:

1. Context per dur a terme aquest procediment:

- Curs:
- Temporització en el curs

2. Tipus d'informació que es cerca obtenir de les empreses de l'entorn del centre.
3. Actuacions que fa el centre per obtenir la informació de les empreses (mecanismes i persones responsables)
4. Activitats a dur a terme amb l'alumnat per transmetre informació rellevant de les empreses.
 - Nom de l'activitat
 - Objectius
 - Metodologia
 - Nombre de sessions en què es desenvolupa
 - Breu descripció de l'activitat
 - Altra informació que considereu d'interès si n'hi ha, comentaris o valoracions

8.A. PROCEDIMENT: ÀMBIT D'ESPECIALITZACIÓ

CENTRE:

CICLE FORMATIU:

1. Context per dur a terme aquest procediment:
 - Curs
 - Temporització en el curs en què es realitza les activitats de tutoria per triar una àrea d'especialització.
 - Nombre de sessions destinades a les sessions de tutoria i temps total.
2. Metodologies utilitzades a l'aula al llarg del curs per incorporar la realitat del món professional i l'experiència propera amb l'empresa als mòduls del cicle formatiu per part del professorat, per tal que l'alumnat estigui en disposició de triar una àrea d'especialització.
3. Altres actuacions portades a terme al centre per donar suport a l'alumnat a la descoberta de possibles especialitzacions professionals.
4. Activitat/activitats de tutoria que s'han dut a terme a tutoria per tal que l'alumnat triï una possible àrea d'especialització futura:
 - Nom de l'activitat
 - Objectius
 - Metodologia
 - Nombre de sessions en què es desenvolupa
 - Breu descripció de l'activitat
 - Altra informació que considereu d'interès si n'hi ha, comentaris o valoracions

9.A. PROCEDIMENT: DONAR SUPORT PER ELABORAR UN ITINERARI VERTICAL/HORIZONTA L DE FORMACIÓ COMPLEMENTÀRIA AL TÍTOL

CENTRE:

CICLE FORMATIU:

5. Context per dur a terme aquest procediment:

- Curs
- Temporització al llarg del curs

6. Fonts d'informació

7. Activitat/s d'ensenyament-aprenentatge que s'han dut a terme per treballar la construcció d'un itinerari formatiu per part de l'alumnat.

- Espai: Sessió de tutoria/ monogràfic específic/ mòduls/ mòdul de FOL, etc.
- Nombre de sessions destinades i temps total.

- Nom de l'activitat
- Objectius
- Metodologia
- Nombre de sessions en què es desenvolupa
- Breu descripció de l'activitat
- Altra informació que considereu d'interès si n'hi ha, comentaris o valoracions

5a FASE: PROMOCIÓ PERSONAL

10.A. PROCEDIMENT: PROMOURE ACTIVITATS DE NETWORKING

CENTRE:

CICLE FORMATIU:

1. Context per dur a terme aquest procediment:

- Curs:
- Temporització en el curs

2. Tipus d'informació que es cerca obtenir de les empreses de l'entorn del centre.

3. Actuacions que fa el centre per afavorir la interacció de l'alumnat amb les empreses

4. Activitats de networking amb l'alumnat:

- Nom de l'activitat
- Objectius
- Metodologia
- Nombre de sessions en què es desenvolupa
- Breu descripció de l'activitat
- Altra informació que considereu d'interès si n'hi ha, comentaris o valoracions

**11.A. PROCEDIMENT: MOSTRAR LA UTILITAT DE LES XARXES SOCIALS PER A LA
RECERCA DE FEINA**

CENTRE:

CICLE FORMATIU:

1. Context per dur a terme aquest procediment:
 - Curs
 - Temporització al llarg del curs
 - Espai: Sessió de tutoria/ monogràfic específic/ mòduls/ mòdul de FOL, etc.
 - Nombre de sessions destinades i temps total.
2. Fonts per treballar xarxes socials per a la recerca de feina
3. En relació a les activitats d'ensenyament aprenentatge que s'han dut a terme per treballar les xarxes socials per a la recerca de feina:
 - Nom de l'activitat
 - Objectius
 - Metodologia
 - Nombre de sessions en què es desenvolupa
 - Descripció de l'activitat
 - Altra informació que considereu d'interès si n'hi ha, comentaris o valoracions

12.A. PROCEDIMENT: ELABORAR CURRÍCULUM PER COMPETÈNCIES I ALTRES EINES DE PRESENTACIÓ

CENTRE:

CICLE FORMATIU:

1. Context per dur a terme aquest procediment:
 - Curs
 - Temporització al llarg del curs
 - Espai: Sessió de tutoria/ monogràfic específic/ mòduls/ mòdul de FOL, etc.
 - Nombre de sessions destinades i temps total.
2. Fonts per treballar currículum per competències
3. En relació a les activitats d'ensenyament aprenentatge que s'han dut a terme per treballar el currículum per competències:
 - Nom de l'activitat
 - Objectius
 - Metodologia
 - Nombre de sessions en què es desenvolupa
 - Descripció de l'activitat

Altra informació que considereu d'interès si n'hi ha, comentaris o valoracions