



MARKETING Y PUBLICIDAD

CICLO FORMATIVO GRADO SUPERIOR

PERFIL PROFESIONAL

Este profesional ejerce su actividad en empresas de cualquier sector productivo y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado realizando funciones de planificación, organización y gestión de actividades de marketing, investigación comercial, publicidad y relaciones públicas.

OBJETIVOS

- Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.
- Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados aplicando técnicas estadísticas y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la elaboración de acciones de marketing.
- Organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores y realizar encuestas y/o entrevistas planificando el trabajo de campo, utilizando las técnicas y procedimientos establecidos para cumplir los objetivos fijados en el plan de investigación comercial.
- Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing analizando las variables de marketing mix para conseguir los objetivos comerciales definidos por la empresa.
- Elaborar el plan de medios publicitarios de la empresa combinándolos adecuadamente y realizar su seguimiento y control para que se ejecute en su totalidad.
- Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado, aplicando las estrategias de marketing y acciones promocionales adecuadas, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing de la organización.
- Planifica y realiza acciones de marketing digital gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet para cumplir con los objetivos de la política de comercio electrónico de la empresa

- Elaborar materiales publicitarios e informativos, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de edición y diseño en diversos soportes para difundirlos según los planes programados.
- Organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación interpretando el briefing, contratando proveedores, actores y agentes, asistiendo y dirigiendo los eventos para cumplir con lo establecido en el plan de comunicación empresarial.
- Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales..

SALIDAS PROFESIONALES

- Trabajar como:
 - Asistente del Jefe / jefa de producto.
 - Técnica / técnico de Marketing.
 - Técnica / técnico en Publicidad.
 - Técnica / técnico en Relaciones Públicas.
 - Organizador / organizadora de eventos de marketing y comunicación.
 - Auxiliar de medios en empresas de publicidad.
 - Controlador / controladora de cursaje o emisión en medios de comunicación.
 - Técnica / técnico en estudios de mercado y opinión pública.
 - Técnica / técnico en trabajos de campo.
 - Inspector / inspectora de encuestadores.
 - Agente de encuestas y censos.
 - Codificador / codificadora de datos para investigaciones de mercados
- Seguir estudiando:
 - Cursos de especialización profesional.
 - Otro Ciclo de Formación Profesional con la posibilidad de establecer convalidaciones de módulos profesionales de acuerdo a la normativa vigente.
 - Preparación de las Pruebas de Evaluación de Bachillerato (únicamente las materias de opción del bloque de las troncales)
 - Enseñanzas Universitarias con la posibilidad de establecer convalidaciones de acuerdo con la normativa vigente

REQUISITOS

De cara a obtener las competencias para trabajar por cuenta propia o ajena en el sector privado, no es necesario tener ningún conocimiento específico.

Por otro lado, los conocimientos adquiridos capacitan para optar al éxito en las pruebas libres para la obtención de títulos de FP., encuadrados en este Grado Superior.

TEMARIO

1. Módulo Profesional: Gestión económica y financiera de la empresa. Código: 0623

Contenidos:

- a) Recopilación de la información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas.
- b) Establecimiento de la forma jurídica de una empresa.
- c) Organización de los trámites para la obtención de recursos financieros.
- d) Determinación de las formalidades para la compra o alquiler de vehículos y otros activos:
- e) Elaboración de facturas, recibos y documentos de cobros y pagos:
- f) Gestión del proceso contable y fiscal en las empresas:
- g) Determinación de la rentabilidad de las inversiones:

2. Módulo Profesional: Políticas de marketing. Código: 0930

Contenidos:

- a) Evaluación de las oportunidades de mercado de una empresa:
- b) Definición de la política de producto o servicio:
- c) Definición de la política de precios:
- d) Selección de la forma y canal de distribución:
- e) Selección de las acciones de comunicación:
- f) Elaboración de briefings de productos, servicios o marcas:
- g) Elaboración del plan de marketing:
- h) Seguimiento y control de las políticas y acciones del plan de marketing:

3. Módulo Profesional: Marketing digital. Código: 0931

Contenidos:

- a) Administración de los accesos y conexiones a redes:
- b) Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet:
- c) Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática:
- d) Determinación de la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red:
- e) Construcción de páginas web:
- f) Diseño del plan de marketing digital:
- g) Definición de la política de comercio electrónico de una empresa:

4. Módulo Profesional: Diseño y elaboración de material de comunicación. Código: 1007

Contenidos:

- a) Preparación de los materiales de comunicación:
- b) Confección de materiales publicitarios en diferentes soportes:
- c) Aplicación de técnicas de comunicación persuasivas:
- d) Elaboración de materiales publicitarios e informativos:
- e) Organización del plan de difusión de materiales publipromocionales e informativos:

5. Módulo Profesional: Medios y soportes de comunicación. Código: 1008

Contenidos:

- a) Recopilación de datos para diseñar un plan de medios publicitarios:
- b) Descripción de los medios y soportes publicitarios:
- c) Colaboración en la realización del plan de medios publicitarios:
- d) Realización de las acciones necesarias para controlar la ejecución del plan de medios:
- e) Colaboración en la obtención de información por medios propios o por empresas de press-clipping:

6. Módulo Profesional: Relaciones públicas y organización de eventos de marketing. Código: 1009

Contenidos:

- a) Objetivos e instrumentos de las relaciones públicas (RRPP) de la empresa:
- b) Caracterización de la organización de eventos de marketing:
- c) Determinación del plan de relaciones con proveedores, actores y agentes:
- d) Protocolo y ceremonial de actos y eventos de marketing y comunicación:
- e) Coordinación y supervisión de los eventos de marketing:
- f) Elaboración de informes de control y evaluación de eventos:

7. Módulo Profesional: Investigación comercial. Código: 1010

Contenidos:

- a) Análisis de las variables del mercado en el entorno de la empresa:
- b) Configuración de un sistema de información de marketing (SIM):
- c) Elaboración del plan de la investigación comercial:
- d) Organización de la información secundaria disponible:
- e) Obtención de información primaria:
- f) Determinación de las características y tamaño de la muestra de la población:
- g) Tratamiento y análisis estadístico de los datos:

h) Gestión de bases de datos relacionales:

8. Módulo Profesional: Trabajo de campo en la investigación comercial. Código: 1011

Contenidos:

- a) Planificación y organización del trabajo de campo de una investigación comercial:
- b) Determinación de las características del personal de campo y criterios de selección de los encuestadores:
- c) Definición y organización de planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de un equipo de encuestadores:
- d) Sistemas de motivación y remuneración del equipo de trabajo de campo:
- e) Interpretación del cuestionario e instrucciones para la realización de la encuesta:
- f) Sistema de evaluación del trabajo de campo y desempeño de los miembros del equipo de trabajo:

9. Módulo Profesional: Lanzamiento de productos y servicios. Código: 1109

Contenidos:

- a) Recopilación de la información necesaria para el lanzamiento de un producto o servicio:
- b) Elaboración del argumentario de ventas y presentación del producto/servicio a la red de ventas:
- c) Definición de las acciones de marketing y promoción:
- d) Programación del lanzamiento e implantación de un producto o servicio en el mercado:
- e) Medidas de seguimiento y control del lanzamiento de un producto o servicio:

10. Módulo Profesional: Atención al cliente, consumidor y usuario. Código: 1110

Contenidos:

- a) Organización del departamento de atención al cliente:
- b) Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente:
- c) Organización de un sistema de información:
- d) Identificación de los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario:
- e) Gestión de quejas y reclamaciones:
- f) Descripción de los procesos de mediación y de arbitraje:
- g) Elaboración de un plan de calidad y de mejora del servicio de atención al cliente, consumidor o usuario:

11. Módulo Profesional: Inglés. Código: 0179

Contenidos:

- a) Análisis de mensajes orales:
- b) Interpretación de mensajes escritos:
- c) Producción de mensajes orales:

d) Emisión de textos escritos:

e) Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa):

12. Módulo Profesional: Proyecto de marketing y publicidad. Código: 1012

Contenidos:

a) Identificación de necesidades del sector productivo y de la organización de la empresa:

b) Diseño de proyectos relacionados con el sector:

c) Planificación de la ejecución del proyecto:

d) Definición de procedimientos de control y evaluación de la ejecución del proyecto:

13. Módulo Profesional: Formación y orientación laboral. Código: 1014

Contenidos:

a) Búsqueda activa de empleo:

b) Gestión del conflicto y equipos de trabajo:

c) Contrato de trabajo:

d) Seguridad Social, empleo y desempleo:

e) Evaluación de riesgos profesionales:

f) Planificación de la prevención de riesgos en la empresa:

g) Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa:

14. Módulo Profesional: Formación en centros de trabajo. Código: 1013

Contenidos:

a) Identificación de la estructura y organización empresarial:

b) Aplicación de hábitos éticos y laborales:

c) Diseño, aplicación y seguimiento de las políticas de marketing de la empresa:

d) Colaboración en el lanzamiento e implantación de productos/servicios en el mercado:

e) Colaboración en la planificación y desarrollo de estudios de mercados:

f) Colaboración en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes de comunicación y en la elaboración de materiales publipromocionales e informativos:

g) Participación en la gestión económica y financiera de la empresa:

h) Participación en el desarrollo de la política de relaciones públicas de la empresa y en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación: