



CEU

Instituto Superior de
Estudios Profesionales

TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING Y PUBLICIDAD

CÓDIGO COMS01 (TÍTULO LOE)



MADRID

Requisitos de Acceso

- Título de Bachillerato LOE o LOGSE
- COU
- Título de Técnico Superior de Formación Profesional Específica
- Título de Técnico Especialista (FP II)
- Título de Técnico en Grado Medio.
- Haber superado la Prueba de Acceso a Ciclos Formativos o haber superado la Prueba de Acceso para mayores de 25 años.



FECHA DE INICIO
Septiembre



TITULACIÓN:
Título Oficial de Técnico Superior en
Marketing y Publicidad



DURACIÓN:
2000 horas (2 cursos académicos)



MODALIDAD:
Presencial



HONORARIOS DE ENSEÑANZA*:

1 ^{ER} CURSO	TOTAL	MATRÍCULA	9 MENS.
* Presencial	4.997€	650€	483€
2 ^º CURSO	TOTAL	MATRÍCULA	9 MENS.
* Presencial	4.997€	650€	483€

Competencias Profesionales

Este profesional será capaz de:

- 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 publipromocionales 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

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.

Trabajar como:

- Asistente del Jefe de producto.
- Técnico de Marketing.
- Técnico en Publicidad.
- Técnico en Relaciones Públicas.
- Organizador de eventos de marketing y comunicación.
- Auxiliar de medios en empresas de publicidad.
- Controlador de cursaje o emisión en medios de comunicación.
- Técnico en estudios de mercado y opinión pública.
- Técnico en trabajos de campo.
- Inspector de encuestadores.
- Agente de encuestas y censos.
- Codificador de datos para investigaciones de mercados.

Seguir estudiando:

- Cursos de especialización profesional.
- Otro Ciclo de Formación Profesional de Grado Superior con la posibilidad de establecer convalidaciones de módulos
- Profesionales de acuerdo a la normativa vigente.
- Enseñanzas Universitarias con la posibilidad de establecer convalidaciones de acuerdo con la normativa vigente.

Plan de Formación

PRIMER CURSO

INGLÉS (5H/S)

- Análisis de mensajes orales. Interpretación de mensajes escritos.
- Producción de mensajes orales.
- Textos. Composición, variedad, complejidad y cohesión.
- Identificación e interpretación de los elementos culturales más significativos de los países de lengua extranjera (inglesa).
- Uso de recursos formales y funcionales en situaciones que requieren un comportamiento socioprofesional con el fin de proyectar una buena imagen de la empresa.
- Normas gramaticales, ortográficas y tipográficas.

GESTIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DE LA EMPRESA (6H/S)

- Recopilación de la información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas.
- Establecimiento de la forma jurídica de la empresa.
- Organización de los trámites para la obtención de recursos financieros.
- Determinación de las formalidades para la compra y/o alquiler de vehículos y otros activos.
- Elaboración de facturas, recibos y documentación de cobros y pagos. Gestión y proceso contable fiscal en las empresas.
- Determinación de la rentabilidad de las inversiones.

POLÍTICAS DE MARKETING (6H/S)

- Evaluación de las oportunidades de mercado de una empresa.
- Definición de la política de productos y servicio.
- Definición de la política de precios.
- Selección de la forma y canal de distribución.
- Selección de las acciones de comunicación
- Elaboración de briefings de productos, servicios o marcas.
- Elaboración del plan de marketing.
- Seguimiento y control de las políticas y acciones del plan de marketing.

MARKETING DIGITAL (6H/S)

- Administración de los accesos y conexiones a redes.
- Gestión de diversos servicios y protocolos de internet.
- Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática.
- Determinación de la estrategia que ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red.
- Construcciones de páginas web.
- Diseño del plan de marketing digital.
- Definición de la política de comercio electrónico de una empresa.

INVESTIGACIÓN COMERCIAL (4H/S)

- Aplicaciones Informáticas de uso en este módulo.
- Análisis de las variables del mercado en el entorno de la empresa.
- Configuración de un sistema de información de marketing (SIM).
- Elaboración del plan de la investigación comercial.
- Organización de la información primaria y secundaria disponible.
- Determinación de las características y tamaño de la muestra de la población.
- Tratamiento y análisis estadístico de los datos.
- Gestión de bases de datos relacionales.

FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL (3H/S)

- Orientación profesional y búsqueda activa de empleo.
- Gestión de conflictos y equipos de trabajo.
- Contrato de trabajo y relaciones laborales.
- Seguridad social, empleo y desempleo.
- Conceptos básicos sobre seguridad y salud en el trabajo.
- Evaluación de riesgos profesionales: riesgos generales y riesgos específicos.
- Aplicación de medidas de prevención y protección en la empresa.
- Planificación de la prevención de riesgos en la empresa.
- Primeros auxilios.

ANTROPOLOGÍA Y PENSAMIENTO CRISTIANO (1H/S)

- Enseñanza no curricular exigida en el Centro.

SEGUNDO CURSO

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MATERIAL DE COMUNICACIÓN (7H/S)

- Preparación de los materiales de comunicación.
- Aplicación de técnicas de comunicación persuasivas.
- Elaboración de materiales de comunicación con procesadores de texto.
- Elaboración de materiales publicitarios e informativos.
- Confección de materiales publicitarios en diferentes soportes.
- Organización del plan de difusión de materiales publicitarios e informativos.

MEDIOS Y SOPORTES DE COMUNICACIÓN (5H/S)

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

RELACIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING (5H/S)

- Objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa.
- Caracterización de la organización de eventos de marketing.
- Protocolo ceremonial de actos y eventos de marketing y comunicación.
- Coordinación y supervisión de los eventos de marketing.
- Elaboración de informes de control y evaluación de eventos.

TRABAJO DE CAMPO EN LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL (5H/S)

- Planificación del trabajo de campo de una investigación comercial.
- Actividades específicas del trabajo de campo en una investigación comercial de tipo cuantitativo.
- Actividades específicas del trabajo del campo en una investigación comercial de tipo cualitativo.
- Determinación de las características del personal de campo y criterios de selección de los encuestadores.
- Definición de planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de un equipo de encuestadores.
- Sistemas de motivación y remuneración del equipo del trabajo de campo.
- Sistema de evaluación del trabajo de campo y desempeño de los miembros del equipo de trabajo.

LANZAMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS (4H/S)

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

ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO (4H/S)

- Organización del departamento de atención al cliente.
- Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente.
- Organización de un sistema de información.
- Protección del consumidor y el usuario.
- Gestión de quejas y reclamaciones. Mediación y arbitraje.
- Elaboración de un plan de mejora del servicio

PROYECTO DE MARKETING Y PUBLICIDAD (30H 3^{er} TRIMESTRE)

FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO (370H. 3^{er} TRIMESTRE)



CEU
Instituto Superior de
Estudios Profesionales



www.isepec.eu.es



HORARIO DE ATENCIÓN *

Lunes a viernes de 10h. a 14h. y de 16h. a 19h.
Sábados de 10h. a 13h. (*consultar horario de verano)

91 544 70 40 · 91 543 57 01 · isep@ceu.es



CAMPUS DEHESA DE LA VILLA

C/ Pirineos, 55 · 28040 Madrid, España



CEU

*Instituto Superior de
Estudios Profesionales*

* Las cuotas de honorarios académicos, así como las cuotas de proceso de admisión, de reserva de plaza y de matrícula, se corresponden, única y exclusivamente, con la prestación del servicio de enseñanza en la titulación objeto de matrícula, siendo esta la única prestación correlativa al pago de aquellas cuotas.

Al formalizar su matrícula, el estudiante consiente y acepta que la docencia, tutorías, prácticas, y pruebas de evaluación podrán ser presenciales o a distancia cuando, las autoridades competentes así lo impongan bien directa o indirectamente.

La obligación de pago íntegro de las referidas cuotas (honorarios académicos, proceso de admisión, de reserva de plaza y de matrícula) subsistirá aun en el caso de que, por causas ajenas al Centro, algunas de las actividades formativas objeto de la titulación no puedan desarrollarse según la planificación docente prevista al inicio del curso académico. Si así ocurriera, el Centro garantizará al estudiante que dicha actividad será reprogramada cuando sea posible, teniendo en consideración el interés de los alumnos y los demás criterios académicos que resulten de aplicación.