

Competencia Profesional

Definir y efectuar el seguimiento de las políticas de marketing basadas en estudios comerciales y en promocionar y publicitar los productos y/o servicios en los medios y soportes de comunicación adecuados, elaborando los materiales publicitarios necesarios.



Ciclos de alto rendimiento

Salidas Profesionales

- 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. Inspector de encuestadores. Agente de encuestas y censos. Jefe de ventas.

Salidas a la Universidad

- Todos los grados.

Posibilidad de realizar este ciclo y **Gestión de Ventas y Espacios Comerciales** en tres cursos.

Titulación
Duración
Acceso directo

TÉCNICO/A SUPERIOR EN MARKETING Y PUBLICIDAD

2 Cursos.

Bachillerato, Ciclo Formativo de Grado Superior, Ciclo Formativo de Grado Medio.

Formación en empresa (1º - 128h. / 2º - 480h. min.): La formación se realizará en empresas del entorno. Cada alumno/a contará con un tutor/a en el Instituto y un instructor/a en la empresa, que realizarán un seguimiento exhaustivo de la formación.

Posibilidad de realizar prácticas en empresas de otros países gracias a becas Erasmus+.

Módulos Contenidos

Diseño y elaboración de material de comunicación
(2º - 4h. - 9c.)

Preparación de los materiales de comunicación. Confección de materiales publicitarios en diferentes soportes. Aplicación de técnicas de comunicación persuasivas. Elaboración de materiales publicitarios e informativos

Medios y soportes de comunicación (2º - 3h. - 6c.)

Recopilación de datos para diseñar un plan de medios publicitarios. Descripción de los medios y soportes publicitarios. Colaboración en la realización del plan de medios publicitarios

Relaciones públicas y organización de eventos de marketing
(2º - 3h. - 6c.)

Objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa. Caracterización de la organización de eventos de marketing. Determinación del plan de relaciones con proveedores, actores y agentes. Protocolo y ceremonial de actos y eventos de marketing y comunicación

Trabajo de campo en la investigación comercial
(2º - 2h. - 6c.)

Planificación del trabajo de campo de una investigación comercial. Determinación de las características del personal de campo y criterios de selección de los encuestadores. Interpretación del cuestionario e instrucciones para la realización de la encuesta

Políticas de marketing
(1º - 6h. - 12c.)

Evaluación de las oportunidades de mercado de una empresa. Definición de la política de producto o servicio. Selección del canal de distribución, acciones de comunicación, briefings. Elaboración, seguimiento y control de un plan de marketing

Marketing digital
(1º - 6h. - 11c.)

Construcción de páginas web. Diseño del plan de marketing digital. Definición de la política E-commerce de una empresa.

Gestión económica y financiera de la empresa (1º - 6h. - 12c.)

Creación de empresas. Establecimiento de la forma jurídica de la empresa y organización de los trámites para la obtención de recursos financieros. Elaboración de facturas, recibos y documentación de cobros y pagos. Gestión del proceso contable y fiscal en las empresas.

Lanzamiento de productos y servicios (2º - 4h. - 6c.)

Recopilación de la información necesaria para el lanzamiento de un producto/servicio. Elaboración del argumentario de ventas y presentación del producto/servicio a la red de ventas. Definición de las acciones de marketing y promoción

Atención al cliente, consumidor y usuario (2º - 3h. - 5c.)

Organización del departamento de atención al cliente. Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente. Identificación de los distintos organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario. Gestión de quejas y reclamaciones. Descripción de los procesos de mediación y arbitraje

Investigación comercial
(2º - 4h. - 8c.)

Análisis de las variables del mercado en el entorno de la empresa. Configuración de un SIM. Elaboración del plan de investigación comercial. Organización de la información disponible y tratamiento y análisis estadístico de los datos

Inglés Profesional
(1º - 5h.)

Análisis y producción de mensajes orales. Interpretación y emisión de mensajes escritos. Identificación e interpretación de elementos culturales significativos de los países de lengua inglesa.

Itinerario Personal Empleabilidad I (1º - 4h.)

Identificación de las características del sector y definición de los puestos de trabajo. Prevención de riesgos laborales. Análisis de las condiciones laborales. Proceso de inserción laboral y aprendizaje a lo largo de la vida.

Itinerario Personal Empleabilidad II (2º - 3h.)

Procesos selectivos de empleo. Competencias personales, sociales y emocionales. Habilidades emprendedoras. Ideas de emprendimiento. Proyecto emprendedor.

Digitalización Sectores Productivos (1º - 2h.)

Digitalización en los sectores productivos. Caracterización de las tecnologías habilitadoras. Cloud y sistemas conectados. Aplicación de la inteligencia artificial. Evaluación de datos. Desarrollo de un proyecto de digitalización de una empresa.

Sostenibilidad Sistema Productivo
(1º - 1h.)

Agenda 2030 de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Agenda FP Euskadi Basque Country 2030. Retos ambientales y sociales. Criterios de sostenibilidad en el desempleo profesional y personal. Productos y servicios responsables. Actividades sostenibles. Análisis de planes de sostenibilidad.

Optativas (2º - 4h.)
Proyecto Intermodular
(2º - 50h.en total)

Módulos optativos por definir.

Caracterización de las empresas del sector atendiendo a su organización y al tipo de producto o servicio. Planteamiento de soluciones a las necesidades del sector. Planificación y seguimiento de la ejecución de las actividades propuestas. Presentación y defensa del proyecto utilizando eficazmente las competencias técnicas y personales.

Lanbide Gaitasuna

- Merkataritza-ikerketetan oinarritutako marketin-politiken jarraipena definitzea eta bultzatzea.
- Komunikabide eta euskarri egokiak erabiliz produktu eta zerbitzuak sustatu, publizitaterako eta promoziorako materialak sortuz.



Etekin handiko zikloak

Lan irteerak

- Produktu-buruararen laguntzailea.
- Marketin-teknikaria. Publizitateko teknika-ria. Harreman publikoetako teknikaria. Marketin- eta komunikazio-ekitaldien antolatzailea.
- Publizitate-enpresetako euskarrien laguntzailea. Komunikabideetako emisioen kontrolatzailea.
- Merkatu-ikerketaren eta iritzi publikoaren teknikaria. Inkestatzaileen ikuskatzailea. Galdeketa- eta errola-agentea. Salmenta burua.

Unibertsitaterako Irteerak

- Gradu guztiak.

Ziklo hau eta **Salmentak eta Merkataritza-Espazioak Kudeatzea** hiru ikastur-tetan egiteko aukera.

Titulazioa
Iraupena
Sarbide zuzena

MARKETINA ETA PUBLIZITATEKO GOI-MAILAKO TEKNIKARIA

2 Ikasturte.

Batxilergoa, Goi Mailako Heziketa Zikloa, Erdi Mailako Heziketa Zikloa.

Lantokiko Prestakuntza (1. – 1280. / 2. - 4800. min.): Formazioa inguruko enpresetan gauzatzen da. Ikasle bakoitzak tutore bat izango du Ikastetxean eta instrukture bat enpresan formazioaren jarraipen zehatza egingo dutelarik.

Lan praktikak atzerriko enpresetan egiteko aukera Erasmus+ bekei esker.

Moduluak

Komunikazio-materiala diseinatzea eta lantzea
(2. - 40. - 9k.)

Komunikabideak eta komunikazio-euskarriak
(2. - 30. - 6k.)

Harreman Publikoak eta marketineko ekitaldien antolaketa (2. - 30. - 6c.)

Merkataritza-ikerketako landa-lana (2. - 20. - 6k.)

Marketin politikak
(1. - 60. - 12k.)

Marketin digitala
(1. - 60. - 11k.)

Enpresaren ekonomia eta finantza kudeaketa
(1. - 60. - 12k.)

Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzea (2. - 40. - 6k.)

Bezeroarentzako, erabiltzailearentzako eta kontsumitzailearentzako arreta (2. - 30. - 5k.)

Merkataritza-ikerketak
(2. - 40. - 8k.)

Ingeles Profesional
(1. - 50.)

Enplegarritasunerako ibilbide pertsonala I (1. - 40.)

Enplegarritasunerako ibilbide pertsonala II (2. - 30.)

Produktzio-sektoreei aplikatutako digitalizazioa
(1. - 20.)

Produktzio-sistemari aplikatutako iraunkortasuna
(1. - 10.)

Hautazkoak (2. - 40.)

Proiektu intermodularra
(2. - 500. orotara.)

Edukiak

Komunikazio-materialen prestaketa. Euskarri desberdinetako publizitate-materiala burutzea. Komunikazio-limurtzaileak erabiltzea. Publizitate eta informazio materialak sortzea.

Komunikabideen eta publizitate-euskarrien plangintzarako datuak jasotzea. Komunikabideen eta publizitate-euskarrien azalpena. Publizitate-euskarrien plangintza burutzea.

Enpresaren helburuak eta harreman publikoetako tresnak. Marketineko ekitaldien antolaketaren egitea. Hornitzaileekiko, partaideekiko eta agenteekiko harremanen plangintza erabakitzea. Marketin- eta komunikazio-ekitaldiak eta protokoloak.

Merkataritza-ikerketako landa-lanaren plangintza. Alor-pertsonalaren ezaugarrien erabakia eta inkestatzaileen aukeraketa irizpideak. Galdeketa-interpretazioa eta galdeketa-egiteko argibideak.

Enpresa baten merkatu aukerak ebaluazioa. Produktuaren edo zerbitzuaren politika definitzea. Banaketa kanala eta komunikazio ekintzak hautatzea, briefingak. Marketin-plana lantzea.

Web-orriak eraikitzea. Marketin digitaleko plana diseinatzea. Enpresa baten E-commerce politika definitzea.

Enpresak sortzeko ekimenak eta aukerak aztertzea. Enpresaren forma juridikoa ezartzea eta finantza baliabideak lortzeko izapideak antolatzea. Kobrantzen, ordainketen eta fakturen dokumentazioa egitea. Kontabilitate eta zerga prozesua kudeatzea.

Zerbitzu edo produktuko plazaratzeko beharrezko informazioaren jasotzea. Saltzeko argudioak egitea eta salmenta-sarean produktua/zerbitzuaren aurkezpene. Marketin eta sustapeneko ekintzak definitzea.

Bezero-arreta arloaren antolaketa. Bezero-arreta egoeretan komunikazio teknikak erabiltzea. Erabiltzaile eta kontsumitzaile babesleren erakunde eta instituzio desberdinak identifikatzea. Arbitraje eta bitartekotzeko prozesuak deskribatzea.

Enpresaren inguruko merkatuaren aldagaiak aztertzea. SIM bat konfiguratzea. Merkataritza-ikerketakoa plana lantzea. Informazioa tratatzea, antolatzea eta datuak estatistikoki aztertzea.

Ahozko mezuak aztertzea eta sortzea. Idatzizko mezuak interpretatzea eta sortzea. Ingeleraz mintzatzen den herrialdeen kultura-elementu adierazgarriak identifikatzea eta interpretatzea.

Sektorearen ezaugarriak identifikatzea eta lanpostuak definitzea. Laneko arriskuen prebentzioa. Lan-baldintzen analisia. Lanerako eta bizi-aldia osoko ikaskuntzarako.

Enplegurako hautaketa-prozesuak. Konpetentzia pertsonal, sozial eta emozionalak. Trebetasun ekintzaileak. Ekintzaile-ideiak. Proiektu ekintzaileak.

Digitalizazioa produktzio-sektoreetan. Teknologia gaitzaileak ezaugarritzea. Cloud-a eta sistema konektatuak. Adimen artifizialaren aplikazioa. Datuen ebaluazioa. Enpresa bat digitalizatzeko proiektu bat garatzea.

Nazio Batuen 2030 Agenda eta Garapen Jasangarriko Helburuak. Euskadiko LH Basque Country 2030 Agenda. Ingurumen- eta gizarte-erronkak. Jasangarritasun-irizpideak jardun profesionalan eta pertsonalean. Produktu eta zerbitzu arduratsuak. Jarduera jasangarriak. Enpresa-jasangarritasuneko planen analisia.

Hautazko Moduluak zehazteko.

Sektoreko enpresak sailkatzea, hauen antolamenduaren arabera eta produktu edo zerbitzu motaren arabera. Sektorearen beharrezko irtenbideak planteatzea. Planteatutako irtenbiderako proposatutako jarduerak gauzatzeko prozesua planifikatzea eta gauzatzea. Proiektua aurkezte eta defendatzea konpetentzia teknikoak eta pertsonalak eraginkortasunez erabiliz.