

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 publipromocionales necesarios.

- 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. Jefe de ventas.

- Todos los grados.

Posibilidad de realizar Marketing y Publicidad y Gestión de Ventas y Espacios Comerciales en tres cursos.

Titulación	TÉCNICO/A SUPERIOR EN MARKETING Y PUBLICIDAD
Duración	Dos cursos (2.000 horas)
Acceso directo	Bachillerato, Ciclo Formativo de Grado Superior, C.F. de Grado Medio.
Acceso mediante prueba	19 años cumplidos o los/as que con 18 años hayan superado un ciclo medio de familias afines.

Módulos Contenidos

Diseño y elaboración de material de comunicación (2º-140h.-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-80h.-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-100h.-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-80h.-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-198h.-12c.)

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

Marketing digital (1º-198h.-11c.)

Construcción de páginas web. Diseño del plan de marketing digital. Definición de la política de comercio electrónico de una empresa.

Gestión económica y financiera de la empresa (1º-198h.-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-100h.-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-100h.-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 (1º-132h.-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 (1º-165h.-7c.)

Elementos léxicos y fonológicos básicos. Vocabulario relativo a la profesión. Textos orales y escritos adecuados a las necesidades profesionales.

Proyecto de marketing y publicidad (2º-50h.-5c.)

Diseño, planificación y ejecución de un proyecto relacionado con las competencias expresadas en el título, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.

Formación y orientación laboral (1º-99h.-5c.)

Seguridad y salud. Marco laboral. Marco económico. Técnicas de búsqueda de empleo.

Formación en centros de trabajo (2º-360h.-22c.)

Las prácticas laborales se harán en empresas del entorno. Cada alumno/a contará con un tutor o tutora en el centro y un instructor o instructora en la empresa, que realizarán un seguimiento exhaustivo de la práctica del mismo.

Posibilidad de realizar prácticas en empresas de otros países con las becas Erasmus+.

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.

Lan Irteerak

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

Unibertsitaterako Irteerak

- Gradu guztiak.

Marketin eta Publizitatea eta Salmentak eta Merkataritza-Espazioak Kudeatzea hiru ikasturtetan egiteko aukera.

Titulazioa **MARKETINA ETA PUBLIZITATEKO GOI MAILAKO TEKNIKARIA**

Iraupena Bi ikasturte (2.000 ordu).

Sarbide zuzena Batxilergoa, Goi Mailako Heziketa Zikloa, Erdi Mailako H.Z.

Froga bidezko sarbidea 19 urte izan beharko ditu proba egiten den urtean edo 18 urte izanik, famili berdineko erdi mailako heziketa zikloa gaindituta izatea

Moduluak Edukiak

Komunikazio-materiala diseinatzea eta lantzea (2.-140o.-9k.)	Komunikazio-materialen prestaketa. Euskarri desberdinetako publizitate-materiala burutzea. Komunikazio-limurtzaileak erabiltzea. Publizitate eta informazio materialak sortzea.
Komunikabideak eta komunikazio-euskarriak (2.-80o.-6k.)	Komunikabideen eta publizitate-euskarrien plangintzarako datuak jasotzea. Komunikabideen eta publizitate-euskarrien azalpena. Publizitate-euskarrien plangintza burutzea.
Harreman Publikoak eta marketineko ekitaldien antolaketa (2.-100o.-6c.)	Enpresaren helburuak eta harreman publikoetako tresnak. Marketineko ekitaldien antolaketa egitea. Hornitzaileekiko, partaideekiko eta agenteekiko harremanen plangintza erabakitzea. Marketin- eta komunikazio-ekitaldiak eta protokoloak.
Merkataritza-ikerketako landa-lana (2.-80o.-6k.)	Merkataritza-ikerketako landa-lanaren plangintza. Alor-pertsonalaren ezaugarrien erabakia eta inkestatzaileen aukeraketa irizpideak. Galdeketa-interpretazioa eta galdeketa-egiteko argibideak.
Marketin-politikak (1.-198o.-12c.)	Enpresa baten merkatu aukeren ebaluazioa. Produktu- eta zerbitzu-politika definitzea. Prezioaren politika definitzea. Banaketa kanalaren aukeraketa eta komunikazio ekintzak, briefing-ak. Marketin-planaren sortzea, kontrola eta jarraipena.
Marketin-digitala (1.-198o.-11k.)	Web-orrien eraikuntza. Marketin-digitalako planaren diseinua. Enpresa baten e-commerce politikaren definizioa.
Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa (1.-198o.-12k.)	Enpresa-sorrera. Enpresaren forma juridikoaren establezimendua eta baliabide finantzarioen lorpenerako izapideen antolaketa. Faktura-lantzea, ordainagiriak eta kobratzeko eta ordainketarako dokumentazioa. Kontabilitateko eta fiskalitateko prozesuaren kudeaketa.
Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzea (2.-100o.-6k.)	Zerbitzu edo produktuko plazaratzeko beharrezko informazioaren jasotzea. Saltzeko argudioak egitea eta salmenta-sarean produktua/zerbitzuaren aurkezpena. Marketin eta sustapeneko ekintzak definitzea.
Bezeroarentzako, erabiltzailearentzako eta kontsumitzailearentzako arreta (2.-100o.-5k.)	Bezero-arreta arloaren antolaketa. Bezero-arreta egoeretan komunikazio teknikak erabiltzea. Erabiltzaile eta kontsumitzaile babesleren erakunde eta instituzio desberdinak identifikatzea. Arbitraje eta bitartekotzako prozesuak deskribatzea.
Merkataritza-ikerketak (1.-132o.-8k.)	Enpresaren inguruko merkatuaren aldagaien analisisa. SIM bateko konfigurazioa. Merkataritza-ikerketak plana lantzea. Informazioaren trataera, antolaketa eta datu estatistikoaren analisisa.
Ingelesa (1.-165o.-7k.)	Oinarrizko elementu lexiko eta fonologikoak. Lanarekiko hiztegia. Testuak eta entzumenak lanari egokituak
Marketineko eta Publizitateko proiektua (2.-50o.-5k.)	Tituluan esandako konpetentziekin erlazioan dagoen proiektu baten diseinua, planifikazioa eta gauzatzea.
Lan-prestakuntza eta orientabidea (1.-99o.-5k.)	Lan segurtasuna eta osasuna. Lan esparrua (Hitzarmen kolektiboa). Esparru ekonomikoa (Finantziario iturriak). Lana bilatzeko teknikak.
Lantokiko prestakuntza (2.-360o.-22k.)	Lan praktikak inguruko enpresetan egin. Ikasle bakoitzak tutore bat izango du ikastetxean eta instruktore bat enpresan. Lan praktikak atzerriko enpresetan egiteko aukera Erasmus+ bekekin.