

MARKETING Y PUBLICIDAD



Plan de formación



Marketing y Publicidad



Requisitos de acceso

- Tener alguno de los siguientes títulos:
 - Bachiller, Bachiller LOGSE o BUP
 - Técnico Superior de Formación Profesional o grado universitario equivalente.
 - Técnico Especialista, Técnico Superior o equivalente a efectos académicos
 - Técnico de Grado Medio de Formación Profesional o el título de Técnico o Técnica de Artes Plásticas y Diseño.
- Haber superado:
 - Una oferta formativa de Grado C incluida en el ciclo formativo.
 - Un curso de formación específico preparatorio y gratuito para el acceso a ciclos de grado superior en centros expresamente autorizados por la Administración educativa.
 - Una prueba de acceso.
 - 2º curso de cualquier modalidad de Bachillerato Experimental
 - COU o preuniversitario



Titulación oficial



Acceso 24 h.



Atención personalizada



Formación flexible



Alta inserción laboral

TÍTULO OFICIAL

CFGS Marketing y Publicidad

FAMILIA PROFESIONAL

Comercio y marketing



Presencial en Colegio Claret Segovia
Avenida Padre Claret 3, 4003 Segovia

MATRICULACIÓN

www.eslaformacion.com

Presencial en **EslaFP FORMACIÓN PROFESIONAL**

C. Conde de Vilches 19, Guindalera, 28028 Madrid

Teléfono fijo: 911 99 15 81 / Teléfono móvil: 608 840 398

Correo electrónico: fp@eslaformacion.com



Itinerario formativo

Plan de Formación

- Gestión económica y financiera de la empresa.
- Investigación comercial.
- Trabajo de campo en la investigación comercial.
- Lanzamiento de productos y servicios.
- Políticas de marketing.
- Medios y soportes de comunicación.
- Atención al cliente, consumidor y usuario.
- Marketing digital.
- Diseño y elaboración de material de comunicación.
- Relaciones Públicas y organización de eventos de marketing.
- Proyecto intermodular de marketing y publicidad.
- Inglés Profesional (Grado Superior).
- Itinerario personal para la empleabilidad I.
- Itinerario personal para la empleabilidad II.
- Digitalización aplicada a los sectores productivos (Grado Superior).
- Sostenibilidad aplicada al sistema productivo.
- Módulo profesional optativo.
- Incluye una fase de formación en empresa u organismo equiparado como parte integrada del currículo del ciclo formativo.

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

- Curso de Especialización de FP
- Ciclo Formativo de FP: con la posibilidad de convalidar módulos profesionales (consulta la normativa vigente)
- Grado Universitario: con la posibilidad de convalidar módulos profesionales (consulta la normativa vigente)

Niveles

Esta formación se corresponde con:

- Marco Español de Cualificaciones para el Aprendizaje Permanente (MECU): Nivel 5A
- Clasificación Internacional Normalizada de la Educación 2011 (CINE-11): Nivel P-5,54

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



85% **INSERCIÓN
LABORAL**

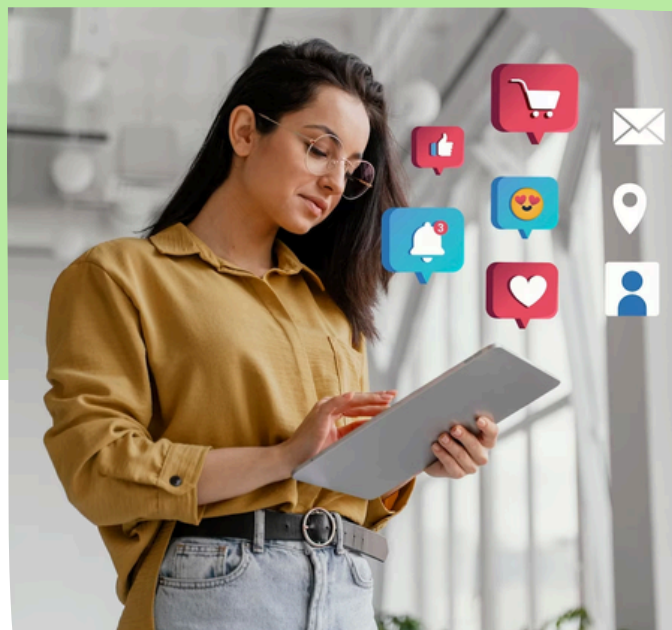


Técnico superior en Marketing y Publicidad

Este profesional será capaz de:



- 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.



eslaformacion.com/fp

SEM

