

### ACCESO:

- Con el título de Bachiller o equivalente.
- Con el título de Grado Medio.
- Mediante prueba de acceso.

### ORGANIZACIÓN DEL CICLO (TEMPORALIZACIÓN SUGERIDA POR PARTE DEL CENTRO):

	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.
1º	FORMACIÓN EN EL INSTITUTO									
2º	FORMACIÓN EN EL INSTITUTO									
3º	FORMACIÓN EN EL INSTITUTO									
4º	F.C.T. + PROYECTO									

DENOMINACIÓN MÓDULO	HORAS TOTALES Según D.C.	HORARIO SEMANAL		
		1º	2º	3º
Gestión económica y financiera de la empresa	190	6		
Políticas de marketing	190	6		
Marketing digital	160	5		
Diseño y elaboración de material de comunicación	130		4	
Medios y soportes de comunicación	90		3	
Investigación comercial	130		4	
Inglés I	60		2	
Relaciones públicas y organización de eventos de marketing	130		4	
Trabajo de campo en la investigación comercial	110			4
Lanzamiento de productos y servicios	110			4
Atención al cliente, consumidor y usuario	110			4
Inglés	110			4
Formación y orientación laboral	100			3

### Formación en Centros de Trabajo (350 horas) + Proyecto (30 horas).

Presencial en jornada laboral.

### TÍTULO: TÉCNICO SUPERIOR en Marketing y Publicidad

#### PUESTO DE TRABAJO

- Asistente del Jefe de producto.
- Técnico de Marketing, Publicidad y 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

#### COMPETENCIAS PROFESIONALES

- Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial.
- Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados .
- Organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores y realizar encuestas y/o entrevistas.
- Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.
- Elaborar el plan de medios publicitarios de la empresa .
- Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado.
- Planifica y realiza acciones de marketing digital gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet .
- Elaborar materiales publipromocionales e informativos.
- Organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación.
- Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.

**Acceso directo a las enseñanzas universitarias oficiales de grado de acuerdo con la normativa vigente.**

Real Decreto-Ley 5/12/2016, de 9 de diciembre. BOE nº 298, de 10 de diciembre de 2016.

Orden EDC/1941/2016, de 22 de diciembre. BOE nº 309, de viernes 23 de diciembre de 2016.