

Técnico Superior en Marketing y Publicidad



www.fpzamora.es

OFERTA EDUCATIVA EN ZAMORA
Formación Profesional



DURACIÓN DEL ESTUDIO

2000 horas (2 cursos académicos, 1620 horas en el centro educativo y 380 horas en el centro de trabajo).

COMPETENCIA GENERAL

La competencia general de este título consiste en 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.

ENTORNO PROFESIONAL

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. Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan su empresa realizando actividades de comunicación y de publicidad y eventos en el ámbito público y privado, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos de marketing, comunicación y gabinetes de prensa y comunicación de cualquier empresa u organización, o en empresas de comunicación, agencias de publicidad y eventos del ámbito público y privado, así como en empresas, organizaciones e institutos de investigación de mercado y opinión pública dentro de los departamentos de encuestación y/o investigación en los subsectores de:

- Industria, comercio y agricultura, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Empresas de distribución comercial mayorista y/o minorista, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Entidades financieras y de seguros, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras.
- Empresas de logística y transporte.
- Asociaciones, instituciones, organismos y organizaciones no gubernamentales (ONG).

Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

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.

PLAN DE FORMACIÓN

1º CURSO

MÓDULO PROFESIONAL	Horas Semanales	Horas Totales
Inglés	5	160
Gestión económica y financiera de la empresa	6	192
Políticas de marketing	6	192
Marketing digital	6	192
Investigación comercial	4	128
Formación y orientación laboral	3	96

2º CURSO

MÓDULO PROFESIONAL	Horas Semanales	Horas Totales
Diseño y elaboración de material de comunicación	7	147
Medios y soportes de comunicación	4	84
Relaciones públicas y org. de eventos de marketing	5	105
Trabajo de campo en la investigación comercial	5	105
Proyecto de marketing y publicidad		30
Formación en centros de trabajo*		380
Lanzamiento de productos y servicios	5	105
Atención al cliente, consumidor y usuario	4	84

CENTROS DONDE SE IMPARTE EN ZAMORA

IES CLAUDIO MOYANO
(Centro público)
Zamora
Avda. Requejo, 4
980 52 04 00

NORMATIVA

- Título: REAL DECRETO 1571/2011, de 4 de noviembre (BOE de 13 de diciembre)
- Currículo Castilla y León: DECRETO 83/2015, de 30 de diciembre (BOCYL de 4 de enero)