



Ciclo de Grado Superior

MARKETING Y PUBLICIDAD



Formación 100% dual

¿Por qué?

El programa ofrece la posibilidad de cursar el ciclo formativo de grado superior *Marketing y Publicidad*, íntegramente en formato dual, combinando formación académica con experiencia real en proyectos y empresas del sector, impartida por profesionales en activo y experiencia.

El sector del marketing y la comunicación es un pilar fundamental para el crecimiento de las empresas y la economía digital. La necesidad de profesionales cualificados en este ámbito es mayor que nunca, ya que las marcas buscan diferenciarse en un mercado cada vez más competitivo.

Duración

2000 horas (2 cursos académicos).

Modalidad

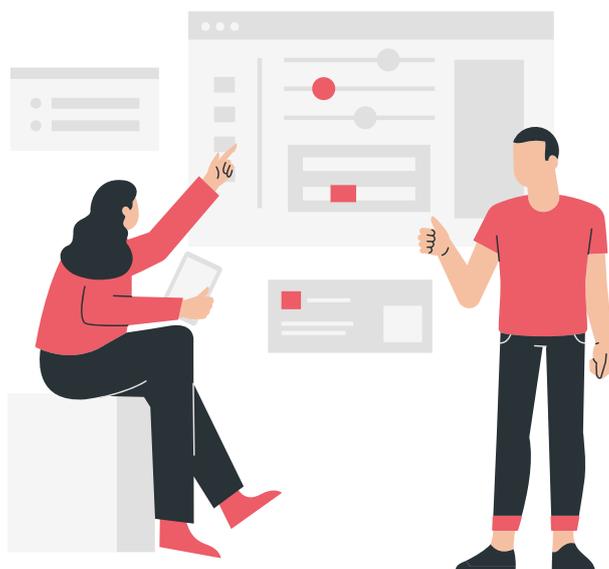
Presencial (Olot).

Rutas de acceso

- Título de bachillerato.
- Título CFGM.
- Superar el acceso a CFGS (CAS).
- Titulación del mismo o superior nivel.
- Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años.

Salidas profesionales

- Técnico/a en marketing: diseño e implementación de estrategias comerciales.
- Especialista en publicidad: planificación y ejecución de campañas publicitarias.
- Community Manager: gestión de redes sociales y contenidos digitales.
- Analista de mercados: búsqueda y análisis de tendencias y consumidores.
- Responsable de ventas: gestión de equipos comerciales y estrategias de venta.
- Consultor de comunicación: asesoramiento en estrategias de comunicación empresarial.

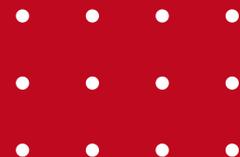


Más información e inscripciones:

☎ 972 26 07 14 ✉ info@kreas.cat 🌐 www.kreas.cat

Centro oficial n. 17010426

Generalitat de Catalunya
Departament d'Educació
i Formació Professional



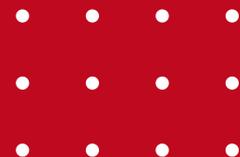
MARKETING Y PUBLICIDAD

Plan de estudios

PRIMER CURSO	MÓDULOS PROFESIONALES	SEGUNDO CURSO
MP 0623. Gestión económica y financiera de la empresa		MP 1008. Medios y soportes de comunicación
MP 0930. Políticas de marketing		MP 1009. Relaciones públicas y organización de eventos de marketing
MP 0931. Marketing digital		MP 1708. Sostenibilidad aplicada al sistema productivo
MP 1007. Diseño y elaboración de material de comunicación		MP 1011. Trabajo de campo en la investigación comercial
MP 1010. Investigación comercial		MP 1109. Lanzamiento de productos y servicios
MP C076. Catalán / Aranés profesional		MP 1110. Atención al cliente, consumidor y usuario
MP 0179. Inglés profesional		MP 0471. Proyecto Inter modular
MP 1665. Digitalización aplicada a los sectores productivos		MP 1710. Itinerario personal para la empleabilidad II
MP 1709. Itinerario personal para la empleabilidad I		Módulo profesional optativo

Relación de módulos profesionales y resultados de aprendizajes (RA)

MÓDULO PROFESIONAL	MP 0623. Gestión económica y financiera de la empresa.	HORAS	165	ECTS	13
<p>RA1: Recopila información sobre las iniciativas emprendedoras y las oportunidades de creación de empresas, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.</p> <p>RA2: Establece la forma jurídica de la empresa y se ajusta a la normativa vigente.</p> <p>RA3: Organiza los trámites para obtener los recursos necesarios para la financiación de las inversiones y suministros, evaluando las distintas alternativas financieras posibles.</p> <p>RA4: Determina las formalidades para la compraventa y/o el alquiler de los vehículos y otros activos, analizando las necesidades de inversiones y suministros y los recursos financieros.</p> <p>RA5: Elabora facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos y servicios prestados, aplicando las normas mercantiles y fiscales de facturación.</p> <p>RA6: Gestiona el proceso contable y fiscal de la empresa, aplicando la normativa mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable.</p> <p>RA7: Determina la rentabilidad de las inversiones y la solvencia y eficiencia de la empresa, analizando los datos económicos y la información contable disponible.</p>					



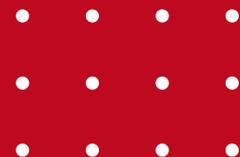
MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO PROFESIONAL	MP 0930. Políticas de marketing.	HORAS	198	ECTS	13
--------------------	----------------------------------	-------	-----	------	----

- RA1: Evalúa las oportunidades de mercado, para el lanzamiento de un producto, la entrada en nuevos mercados o la mejora del posicionamiento del producto o servicio, analizando las variables de marketing mix y las tendencias y evolución del mercado.
- RA2: Define la política del producto, analizando las características, atributos y utilidades del producto o servicio para su adecuación a las necesidades y el perfil de los clientes a los que va dirigido.
- RA3: Define la política de precios de los productos o servicios, analizando los costes, la demanda, la competencia y otros factores que intervienen en la formación y cálculo de los precios.
- RA4: Selecciona la forma y el canal de distribución más adecuado para cada producto, servicio o gama de productos, analizando las alternativas de distribución disponibles.
- RA5: Selecciona las acciones de comunicación más adecuadas para lanzar nuevos productos y servicios o prolongar su permanencia en el mercado y reforzar así la imagen corporativa y de marca, evaluando las distintas alternativas disponibles.
- RA6: Elabora briefings de productos, servicios o marcas para la ejecución o contratación externa de acciones de comunicación, relacionando las variables del marketing-mix, los objetivos comerciales y el perfil de los clientes.
- RA7: Elabora el plan de marketing, seleccionando la información de base del producto, precio, distribución y comunicación y relacionando entre sí las variables del marketing mix.
- RA8: Realiza el seguimiento y control de las políticas y acciones comerciales establecidas en el plan de marketing, evaluando su desarrollo y grado de consecución de los objetivos previstos.

MÓDULO PROFESIONAL	MP 0931. Marketing digital.	HORAS	198	ECTS	12
--------------------	-----------------------------	-------	-----	------	----

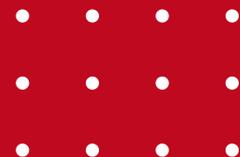
- RA1: Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.
- RA2: Gestiona varios servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.
- RA3: Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.
- RA4: Determina la estrategia a seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.
- RA5: Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.
- RA6: Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.
- RA7: Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.



MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO PROFESIONAL	MP 1010. Investigación comercial.	HORAS	132	ECTS	9
<p>RA1: Analiza las variables del mercado y del entorno de la empresa u organización, valorando su influencia en la actividad de la empresa y en la aplicación de las distintas estrategias comerciales.</p> <p>RA2: Configura un sistema de información de marketing (SIM) adaptado a las necesidades de información de la empresa, definiendo las fuentes de información, los procedimientos y las técnicas de organización de los datos.</p> <p>RA3: Elabora el plan de la investigación comercial, definiendo los objetivos y la finalidad del estudio, las fuentes de información y los métodos y técnicas aplicables para la obtención, tratamiento y análisis de los datos.</p> <p>RA4: Organiza la información secundaria disponible, de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, valorando la suficiencia de los datos respecto a los objetivos de la investigación.</p> <p>RA5: Obtiene información primaria de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, aplicando procedimientos y técnicas de investigación cualitativa y/o cuantitativa para la obtención de datos.</p> <p>RA6: Determina las características y el tamaño de la muestra de la población objeto de la investigación, aplicando técnicas de muestreo para su selección.</p> <p>RA7: Realiza el tratamiento y el análisis de los datos obtenidos y elabora informes con las conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico y herramientas informáticas.</p> <p>RA8: Gestiona bases de datos relacionales, de acuerdo con los objetivos de la investigación, determinando los formatos más adecuados para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.</p>					

MÓDULO PROFESIONAL	MP 1665. Digitalización aplicada a los sectores productivos.	HORAS	33	ECTS	3
<p>RA1: Analiza el concepto de digitalización y su repercusión en los sectores productivos teniendo en cuenta la actividad de la empresa e identificando entornos IT (Information Technology: tecnología de la información) y OT (Operation Technology: tecnología de operación) característicos.</p> <p>RA2: Caracteriza las tecnologías habilitadoras digitales necesarias para la adecuación/transformación de las empresas a entornos digitales describiendo sus características y aplicaciones.</p> <p>RA3: Identifica sistemas basados en cloud/nube y su influencia en el desarrollo de los sistemas digitales.</p> <p>RA4: Identifica aplicaciones de la IA (inteligencia artificial) en entornos del sector en el que está enmarcado el título describiendo las mejoras implícitas en su implementación.</p> <p>RA5: Evalúa la importancia de los datos, así como su protección en una economía digital globalizada, definiendo sistemas de seguridad y ciberseguridad tanto a nivel de equipo/sistema, como globales.</p> <p>RA6: Desarrolla un proyecto de transformación digital de una empresa de un sector relacionado con el título, teniendo en cuenta los cambios que deben producirse en función de los objetivos de la empresa.</p>					



MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO PROFESIONAL	MP 1007. Diseño y elaboración de material de comunicación.	HORAS	132	ECTS	10
--------------------	--	-------	-----	------	----

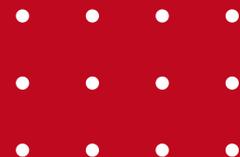
RA1: Prepara el contenido de los materiales de comunicación y publicidad en todo tipo de soportes, utilizando la información disponible.
 RA2: Confecciona materiales publicitarios e informativos, utilizando técnicas de diseño gráfico, audiovisual y artístico.
 RA3: Aplica técnicas de comunicación persuasiva, identificando los estilos propios de la comunicación comercial e informativa de la empresa.
 RA4: Elabora materiales publicitarios e informativos, utilizando software específico para cada soporte.
 RA5: Organiza el plan de difusión de materiales publipromocionales e informativos respetando la identidad corporativa.

MÓDULO PROFESIONAL	MP 1709. Itinerario personal para la empleabilidad I.	HORAS	99	ECTS	5
--------------------	---	-------	----	------	---

RA1: Distingue las características del sector productivo y define los puestos de trabajo, relacionándolos con las competencias profesionales expresadas en el título.
 RA2: Alcanza las competencias necesarias para la obtención del título de Técnico Básico en Prevención de Riesgos Laborales.
 RA3: Analiza sus condiciones laborales como persona trabajadora por cuenta ajena, identificándolas en los principales tipos de cambios y vicisitudes relevantes que pueden presentarse en la relación laboral, en la normativa laboral y, especialmente, en el convenio colectivo del sector.
 RA4: Analiza y evalúa su potencial profesional y sus intereses para guiarse en el proceso de autoorientación y elabora una hoja de ruta para la inserción profesional partiendo del análisis de las competencias, intereses y destrezas personales.
 RA5: Aplica las estrategias para el aprendizaje autónomo reconociendo su valor profesionalizador, diseñando y optimizando su propio entorno de aprendizaje haciendo uso de las tecnologías digitales como herramientas de aprendizaje autónomo, siendo coherente con su identidad digital y sus objetivos profesionales planteados en su plan de desarrollo individual.

MÓDULO PROFESIONAL	MP 1008. Medios y soportes de comunicación.	HORAS	99	ECTS	7
--------------------	---	-------	----	------	---

RA1: Recopila referencias y datos relevantes de diferentes fuentes de información, organizando el plan de medios publicitarios.
 RA2: Describe los diferentes soportes de comunicación online/fuera de línea, distinguiendo sus tipologías y características diferenciadoras.
 RA3: Colabora en la elaboración del plan de medios publicitarios y selecciona los soportes de comunicación adecuados a los objetivos establecidos.
 RA4: Realiza el seguimiento de la ejecución del plan de medios publicitarios, controlando su cumplimiento.



MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO PROFESIONAL	MP 1009. Relaciones públicas y organización de eventos de marketing.	HORAS	132	ECTS	7
--------------------	--	-------	-----	------	---

RA1: Establece los objetivos y los instrumentos de las relaciones públicas de la empresa, cumpliendo lo que establece la estrategia de comunicación del plan de marketing.

RA2: Caracteriza la organización de eventos de marketing, determinando los plazos y la forma de realización de acuerdo con el briefing, los criterios y el presupuesto establecidos en el plan de marketing.

RA3: Define el plan de relaciones con proveedores, actores y agentes participantes en un evento de marketing, cumpliendo condiciones, plazos y presupuesto previstos.

RA4: Determina las normas de protocolo y ceremonial para la realización de eventos de marketing y comunicación, programando la intervención de los asistentes y determinando su tratamiento protocolario durante la celebración del evento.

RA5: Determina las actitudes y aptitudes que deben adoptarse en la asistencia, la coordinación y la supervisión de los eventos de marketing, cumpliendo las normas de protocolo y diferenciación jerárquica.

RA6: Evalúa los resultados del desarrollo de diferentes tipos de actos y eventos de marketing y elabora informes de control.

MÓDULO PROFESIONAL	MP 1110. Atención al cliente, consumidor y usuario.	HORAS	99	ECTS	5
--------------------	---	-------	----	------	---

RA1: Organiza el departamento de atención al cliente, definiendo sus funciones y estructura y relación con otros departamentos, para transmitir la imagen más adecuada de la empresa u organización.

RA2: Utiliza técnicas de comunicación en situaciones de atención al cliente, consumidor o usuario, proporcionándole la información solicitada.

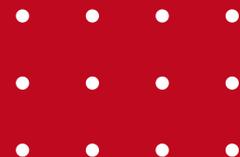
RA3: Organiza un sistema de información al cliente que optimice el coste y el tiempo de tratamiento y acceso a la misma, aplicando técnicas de organización y archivo tanto manuales como informáticas.

RA4: Identifica los diferentes organismos e instituciones de protección al consumidor y usuario, y analiza las competencias de cada uno.

RA5: Gestiona las quejas y reclamaciones del cliente, consumido o usuario, aplicando técnicas de comunicación y negociación para lograr soluciones de consenso entre las partes.

RA6: Describe los procesos de mediación y arbitraje de consumo para resolver situaciones de conflicto en materia de consumo, aplicando la legislación vigente.

RA7. Elabora un plan de calidad y mejora del proceso de atención al cliente, consumido o usuario, aplicando técnicas de control y evaluación de la eficacia del servicio.



MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO PROFESIONAL	MP 1011. Trabajo de campo en la investigación comercial.	HORAS	99	ECTS	7
--------------------	--	-------	----	------	---

RA1: Planifica el trabajo de campo de los encuestadores/entrevistadores, estableciendo los medios y recursos necesarios y las pautas de actuación de acuerdo con el plan de investigación.

RA2: Determina las características del personal de campo y los criterios de selección de los encuestadores, atendiendo a las necesidades y requisitos del plan de investigación comercial.

RA3: Define los planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de un equipo de encuestadores, atendiendo a las necesidades detectadas y las especificaciones recibidas, para mejorar su capacitación, eficiencia y eficacia.

RA4: Establece un sistema de motivación y remuneración del equipo de encuestadores/entrevistadores que facilite el cumplimiento del plan de investigación.

RA5: Interpreta el cuestionario y las instrucciones recibidas para la realización de la encuesta, utilizando con eficacia los medios disponibles para garantizar la exactitud y validez de las respuestas.

RA6: Establece el sistema de evaluación y control del trabajo de campo y el ejercicio de los miembros del equipo aplicando técnicas de supervisión y control para asegurar la calidad del proceso.

MÓDULO PROFESIONAL	MP 1109. Lanzamiento de productos y servicios.	HORAS	119	ECTS	6
--------------------	--	-------	-----	------	---

RA1: Recopila la información necesaria para el lanzamiento de un producto o servicio, organizando la información disponible en el SIM de la empresa, el briefing del producto o servicio, la red de ventas y los datos de clientes.

RA2: Elabora el argumentario de ventas del producto o servicio para presentarlo en la red de ventas, contribuyendo a la mejora del posicionamiento del producto en el mercado, la fidelización de los clientes y el incremento de las ventas.

RA3: Define las acciones de marketing y promoción adecuadas para lanzar al mercado un producto o servicio o prolongar su permanencia en el mercado, reforzando su posicionamiento y la imagen de marca frente a los de la competencia.

RA4: Programa las actividades de lanzamiento e implantación del producto o servicio al mercado, aplicando las técnicas y estrategias de marketing establecidas.

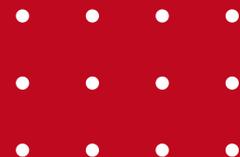
RA5: Establece las medidas de seguimiento y control del lanzamiento y la implantación del producto o servicio, evaluando el grado de consecución de los objetivos previstos.



MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO PROFESIONAL	MP 0179. Inglés Profesional.	HORAS	66	ECTS	5
<p>RA1: Comprende información, de índole profesional, académica y cotidiana, contenida en todo tipo de discursos orales, emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión el contenido del mensaje.</p> <p>RA2: Comprende mensajes escritos, de naturaleza profesional, académica y cotidiana, de relativa dificultad, analizando de forma comprensiva su contenido.</p> <p>RA3: Emite mensajes orales claros y bien estructurados, analizando el contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico del interlocutor.</p> <p>RA4: Redacta documentos e informes, propios del sector o de la vida académica y cotidiana, relacionando los recursos lingüísticos con su propósito.</p> <p>RA5: Aplica actitudes y comportamientos profesionales en situaciones de comunicación, describiendo las relaciones típicas características del país de la lengua extranjera.</p>					

MÓDULO PROFESIONAL	MP 1708. Sostenibilidad Aplicada al Sistema Productivo.	HORAS	33	ECTS	3
<p>RA1: Identifica los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) relativos a la sostenibilidad teniendo en cuenta el concepto de desarrollo sostenible y los marcos internacionales que contribuyen a su consecución.</p> <p>RA2: Caracteriza los retos ambientales y sociales a los que se enfrenta la sociedad, describiendo los impactos sobre las personas y los sectores productivos y proponiendo acciones para minimizarlos.</p> <p>RA3: Establece la aplicación de criterios de sostenibilidad en el desempeño profesional y personal, identificando los elementos necesarios.</p> <p>RA4: Propone productos y servicios responsables teniendo en cuenta los principios de la economía circular.</p> <p>RA5: Realiza actividades sostenibles minimizando el impacto de las mismas en el medio ambiente.</p> <p>RA6: Analiza un plan de sostenibilidad de una empresa del sector, identificando sus grupos de interés, los aspectos ASG materiales y justificando acciones para su gestión y medición.</p>					



MARKETING Y PUBLICIDAD

MÓDULO PROFESIONAL	MP C076. Catalán / Aranés profesional.	HORAS	66	ECTS	
--------------------	--	-------	----	------	--

RA1: Reconoce información profesional y cotidiana del sector profesional contenida en todo tipo de discursos orales emitidos por cualquier medio de comunicación en lengua estándar, interpretando con precisión su contenido del mensaje.

RA2: Interpreta información profesional del sector profesional contenida en textos escritos complejos, analizando de forma comprensiva sus contenidos.

RA3: Emite mensajes orales claros y bien estructurados, habituales en el sector profesional, analizando su contenido de la situación y adaptándose al registro lingüístico de los interlocutores.

RA4: Elabora documentos e informes propios del ámbito profesional o de la vida cotidiana, utilizando los registros adecuados a cada situación.

MÓDULO PROFESIONAL	MP 1710. Itinerario personal para la empleabilidad II.	HORAS	66	ECTS	5
--------------------	--	-------	----	------	---

RA1: Planifica y pone en marcha estrategias en los distintos procesos selectivos de empleo que le permiten mejorar sus posibilidades de inserción laboral.

RA2: Aplica estrategias relacionadas con las competencias personales, sociales y emocionales para el desarrollo de su iniciativa emprendedora y la mejora de su empleabilidad.

RA3: Pone en práctica las habilidades emprendedoras necesarias para el desarrollo de procesos de innovación e investigación aplicadas que promueven la modernización del sector productivo hacia un modelo sostenible.

RA4: Identifica, define y valida ideas de emprendeduría generadoras de nuevas oportunidades a partir de estrategias de análisis del entorno socioproductivo utilizando metodologías ágiles para el emprendimiento.

RA5: Desarrolla un proyecto emprendedor de innovación social o tecnológica aplicada en colaboración con el entorno.

MÓDULO PROFESIONAL	MP 0471. Proyecto intermodular.	HORAS	198	ECTS	5
--------------------	---------------------------------	-------	-----	------	---

RA1: Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que puedan satisfacerlas.

RA2: Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

RA3: Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.

RA4: Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.