

COMO ACCEDER

ACCESO DIRECTO si tienes FP de Grado Medio, FP2, Bachiller LOGSE/LOE o COU.

ACCESO MEDIANTE PRUEBA sin titulación: Tener 19 años de edad o cumplirlos durante el año en curso y superar la correspondiente prueba de acceso.

ACCESO MEDIANTE PRUEBA con titulación relacionada: Tener 18 años o cumplirlos en el año de realización de la prueba y estar en posesión de un título de Técnico relacionado con aquel al que se desea acceder.

Dicha prueba se realizará en junio con dos partes: una general y otra específica.

PRUEBA DE ACCESO

PREINSCRIPCION MATRICULA ORDINARIA

PREINSCRIPCION MATRICULA EXTRAORDINARIA

La formalización de matrícula se hará de acuerdo con las instrucciones facilitadas en la secretaría del Instituto.



MEDIOS DISPONIBLES

Aulas equipadas con ordenadores conectados en red y a internet con tecnología de Fibra Óptica y sistemas informáticos actualizados.

Aula-taller con dotación específica.

Departamento de Comercio y Marketing con biblioteca específica.

Aulas polivalentes.

Wifi en todos los pabellones.

CONTACTA CON NOSOTROS

VALLE DE ELDA

Carretera de Sax, 37. 03600 Elda. Alicante

Tel. 966957330 / Fax: 966957331

www.cipfpvalledeelda.com

03014812@gva.es



TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING Y PUBLICIDAD



CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR

SERÁS 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.

Planifica y realiza acciones de marketing digital gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet para cumplir con los objetivos de la política de comercio electrónico de la empresa. Elaborar materiales publipromocionales e informativos, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de edición y diseño en diversos soportes para difundirlos según los planes programados.

Organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación interpretando el briefing, contratando proveedores, actores y agentes, asistiendo y dirigiendo los eventos para cumplir con lo establecido en el plan de comunicación empresarial.

Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.

PRIMER CURSO

Gestión económica y financiera de la empresa

Políticas de marketing

Marketing digital

Investigación comercial

Inglés Técnico I-S

Formación y orientación laboral

Horario reservado para la docencia en inglés

SEGUNDO CURSO

Diseño y elaboración de material de comunicación

Medios y soportes de comunicación

Relaciones públicas y organización de eventos de marketing

Trabajo de campo en la investigación comercial

Lanzamiento de productos y servicios

Atención al cliente, consumidor y usuario

Inglés Técnico II-S

Proyecto de marketing y publicidad

ADEMÁS DE 400 HORAS DE FORMACIÓN EN EMPRESAS.

TRABAJARÁS COMO

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.