

Este profesional será capaz de:

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 publi-promocionales necesarios.

Duración:

2000 horas: 2 cursos académicos, incluido el período de Formación en Centros de Trabajo (FCT)

Plan de estudios:

Familia profesional: COMERCIO Y MARKETING							
Ciclo Formativo: Marketing y Publicidad							
Grado: Superior			Duración: 2000 horas.			Código: COMS01	
MÓDULOS PROFESIONALES					CENTRO EDUCATIVO		CENTRO DE TRABAJO
Clave	Código	Denominación	Créditos ECTS	Duración del currículo (horas)	Curso 1º		Curso 2º
					3 trimestres (horas semanales)	2 trimestres (horas semanales)	1 trimestre (horas)
01	0179	Inglés	7	160	5		
02	0623	Gestión económica y financiera de la empresa	12	210	6		
03	0930	Políticas de <i>marketing</i>	12	195	6		
04	0931	<i>Marketing</i> digital	11	195	6		
05	1010	Investigación comercial	8	130	4		
06	1014	Formación y orientación laboral	5	90	3		
07	1007	Diseño y elaboración de material de comunicación	9	150		7	
08	1008	Medios y soportes de comunicación	6	100		5	
09	1009	Relaciones públicas y organización de eventos de <i>marketing</i>	6	100		5	
10	1011	Trabajo de campo en la investigación comercial	6	100		5	
11	1109	Lanzamiento de productos y servicios	6	85		4	
12	1110	Atención al cliente, consumidor y usuario	5	85		4	
13	1012	Proyecto de <i>marketing</i> y publicidad	5	30			30
14	1013	Formación en Centros de Trabajo	22	370			370
HORAS TOTALES			120	2.000	30	30	400

Requisitos de acceso:

Consultar los requisitos de [acceso](#) y [admisión](#) en la normativa vigente para ciclos formativos de grado superior.

Referencia legislativa:

Enseñanzas Mínimas del Título:

Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre (BOE 13.12.2011)

Currículo de la Comunidad de Madrid:

Decreto 93/2016, de 4 de octubre (BOCM 07.10.2016)

Acceso con este título a otros estudios:

- A cualquier otro ciclo formativo de grado medio, en las condiciones de admisión que se establezcan.
- A cualquier otro ciclo formativo de grado superior, en las condiciones de admisión que se establezcan.
- A las enseñanzas conducentes a los títulos universitarios de Grado, en las condiciones de admisión que se establezcan.
- A efectos de reconocimiento de créditos entre este título y las enseñanzas universitarias de grado, se han asignado 120 créditos ECTS (Sistema Europeo de Transferencia de Créditos) distribuidos entre los módulos profesionales de este ciclo formativo.

Otros títulos de la misma familia profesional implantados en la Comunidad de Madrid:

- Técnico en Actividades Comerciales
- Técnico en Comercialización de Productos Alimentarios
- Técnico Superior en Comercio Internacional
- Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales
- Técnico Superior en Transporte y Logística

Relación de cualificaciones y unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título:**COMPLETAS:**

- ❖ **Asistencia a la investigación comercial COM 312_3 (Real Decreto 109/2008, de 1 de febrero), que comprende las siguientes unidades de competencia:**
 - UC0993_3: Preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados.
 - UC0994_3: Organizar y controlar la actividad de los encuestadores.
 - UC0995_2: Realizar encuestas y/o entrevistas utilizando las técnicas y procedimientos establecidos.
 - UC0997_3: Colaborar en el análisis y obtención de conclusiones a partir de la investigación de mercados.

INCOMPLETAS:

- ❖ **Gestión de marketing y comunicación COM652_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):**
 - UC2185_3: Asistir en la definición y seguimiento de las políticas y plan de marketing.
 - UC2186_3: Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y servicios en el mercado.
 - UC2187_3: Organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, siguiendo el protocolo y criterios establecidos.
 - UC2188_3: Asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido.
 - UC2189_3: Elaborar y difundir en diferentes soportes, materiales, sencillos y autoeditables, publipromocionales e informativos
- ❖ **Atención al cliente, consumidor o usuario COM087_3: (Real Decreto 295/2004, de 20 de febrero):**
 - UC0241_2: Ejecutar las acciones del servicio de Atención al Cliente/ Consumidor/Usuario.
 - UC0245_3: Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.
- ❖ **Gestión comercial y financiera del transporte por carretera COM 651_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):**
 - UC2183_3: Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.