



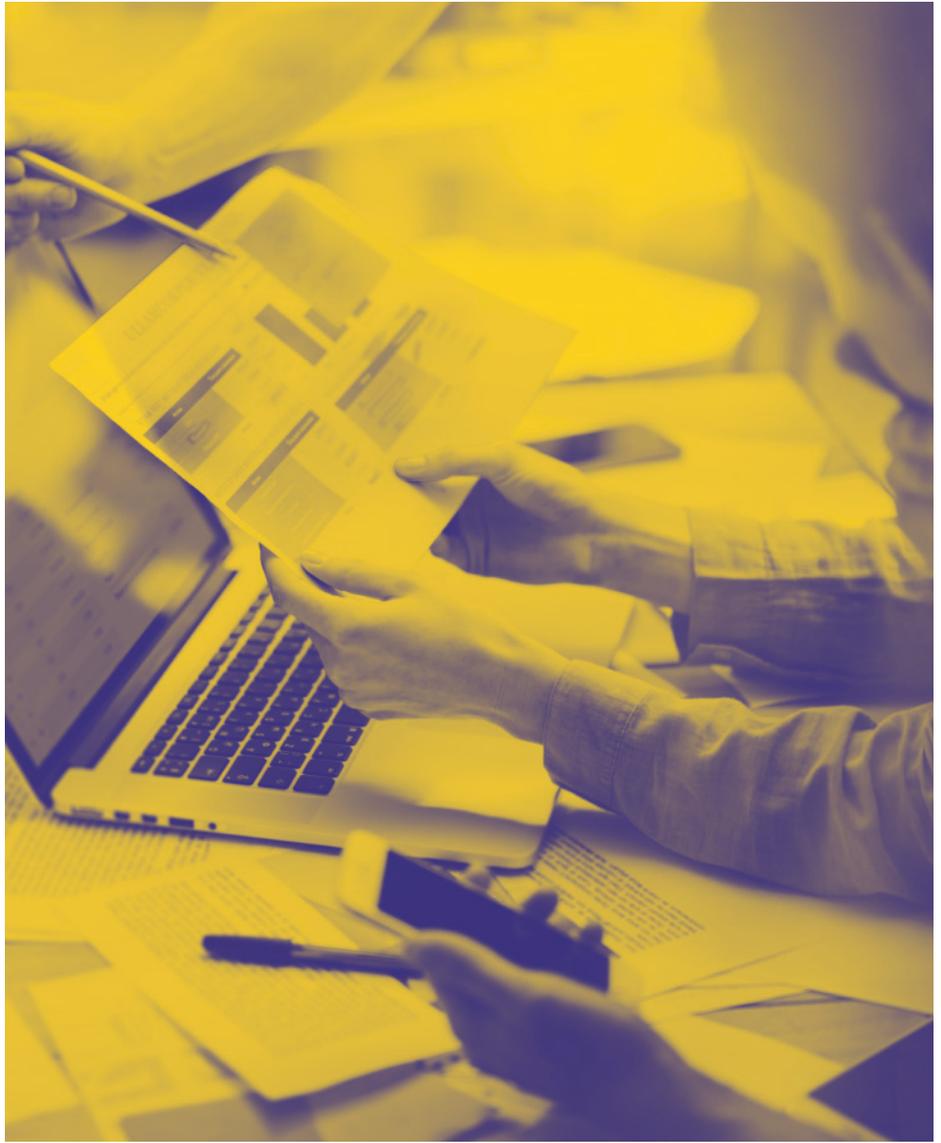
JESUITES
educació

Formación Profesional

en colaboración

UOC X

Xtended
Studies



#lanuevaFP

Ciclo formativo de
grado superior en

Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

El título oficial de técnico superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales te capacita para impulsar acciones comerciales, definir estrategias y elaborar planes de ventas.

Ciclo formativo de grado superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

Nuestra preparación está orientada a que consigas dinamizar e impulsar acciones comerciales en cualquier sector de negocio, siempre teniendo en cuenta el equilibrio necesario entre la tienda física y el desarrollo del comercio electrónico (e-commerce) en la tienda en línea, adquiriendo las habilidades necesarias para estar actualizado y a la altura de afrontar el gran reto al que están enfrentadas las empresas.

Vas a formarte en el sector de la venta al por menor (retail) y en los nuevos canales de venta, para que así puedas emprender proyectos muy actuales, como **tiendas efímeras (pop-up stores)**, **tiendas ecológicas**, **merchandising en aeropuertos** y **nuevas tendencias en investigación comercial y publicidad** en el punto de venta. Hoy en día esto es clave para cualquier empresa.

2000 horas



350 horas prácticas en empresas de prestigio



Formación por proyectos



Formación en línea y flexible



Idioma: castellano



¿Qué vas a aprender?

Al finalizar tu ciclo formativo de grado superior de **Gestión de Ventas y Espacios Comerciales** con nosotros, sabrás:

- **Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados** aplicando técnicas estadísticas y establecer un sistema de información de marketing (SIM) eficaz, que sirva de apoyo en la elaboración de acciones de marketing.
- **Definir estrategias y actuaciones comerciales y gestionar la fuerza de ventas**, obteniendo y procesando información de los agentes que intervienen en la actividad comercial y organizando y supervisando los medios técnicos y humanos.
- **Elaborar el plan de ventas y gestionar la comercialización y venta de productos y servicios**, aplicando las técnicas de venta adecuadas a cada canal de comercialización, para lograr los objetivos establecidos en el plan de marketing diseñado por la organización.
- **Organizar el almacenaje de las mercancías** en las condiciones que garanticen su integridad y el aprovechamiento óptimo de los medios y espacios disponibles, de acuerdo con los procedimientos establecidos.
- **Realizar y controlar el aprovisionamiento de materiales y mercancías** en los planes de producción y de distribución, asegurando la cantidad, calidad, lugar y plazos para cumplir con los objetivos establecidos por la organización o los clientes.
- **Organizar y controlar la implantación de productos, servicios y acciones promocionales** en espacios comerciales, determinando el surtido y las líneas de actuación de campañas promocionales para conseguir los objetivos comerciales establecidos.



Idiomas

El inglés es el **idioma más demandado y hoy en día es un requisito para casi cualquier puesto de trabajo**. Es por eso que lo trabajamos en 2 seminarios de 60 horas cada uno, y aprenderás **inglés técnico aplicado a situaciones profesionales reales** de forma transversal en todos los proyectos.

Puedes conseguir hasta un **nivel B1.2**. Si ya tienes un nivel First Certificate, te lo convalidamos.

Crecimiento Profesional

Enfocado a **desplegar tu propio talento y tu potencial real para tener éxito en tu trabajo y en la consecución de tus funciones**. Con esto te adaptas a la filosofía de muchas empresas que piensan que **cuando el profesional crece, la empresa crece**.

De esta forma, si tú apuestas por ti, la empresa apostará por ti. Los seminarios se organizan con un enfoque tanto de crecimiento profesional como personal.

Habilidades Digitales (TIC)

El uso y la aplicación de las tecnologías de la información y el conocimiento (TIC) es una **competencia muy demandada actualmente en cualquier organización**.

La era digital nos ha cambiado la forma de trabajar, de estudiar, de relacionarnos en las redes sociales. Y por eso, además, te damos un **certificado medio (nivel II) de la Acreditación de Competencias en Tecnologías de la Información y la Comunicación (ACTIC)**.

Comunicación Efectiva

Para desarrollar tu creatividad y potenciar tus habilidades de búsqueda y gestión de la información.

Hoy en días es fundamental aplicar el pensamiento crítico y analítico, así como mejorar las capacidades de comprender, argumentar, exponer tus ideas y defender tus proyectos.

Nuestra metodología innovadora

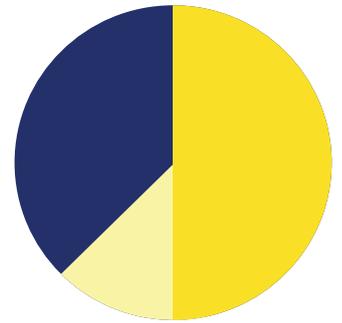
Los estudiantes trabajarán activamente por sí mismos mediante procesos de descubrimiento, en los que la función del profesor es básicamente de acompañante, dinamizador y mentor (guía), alejándose de la visión clásica del proceso de enseñanza.

Se apuesta, pues, por un tipo de aprendizaje conjunto con metodologías que impliquen la resolución de problemas, la participación en el desarrollo de proyectos, la creación conjunta de productos, la discusión y la indagación. La plataforma y las herramientas tecnológicas que aporta la UOC lo harán posible.

Trabajo por proyectos
50 % del grado.
1000 horas aprox.

Seminarios formativos
33 % del grado.
650 horas aprox.

Prácticas laborales
17 % del grado.
350 horas aprox.



Requisitos para la realización del grado

Para poder acceder al ciclo formativo de grado superior de Gestión de Ventas y Espacios Comerciales de FP Jesuïtes UOC, deberás cumplir alguno de los siguientes requisitos:

- Tener el título de **bachillerato (LOGSE)**.
- Haber superado el segundo curso de cualquier modalidad de **bachillerato experimental**.
- Estar en posesión del título del **curso de orientación universitaria (COU)**.
- Haber aprobado la **prueba de acceso a grado superior específica** (se requiere tener al menos 19 años en el mismo año que se realiza la prueba o 18 años en caso de poseer el título de técnico).
- Tener algún otro **título de técnico o técnica superior o especialista, o alguna titulación universitaria equivalente** a efectos académicos.
- Haber aprobado la **prueba de acceso a la universidad (PAU)** para mayores de 25 años.
- Tener cualquier **titulación universitaria o equivalente**.

Perfil y salidas profesionales

Con nuestro ciclo de grado superior conseguirás un perfil de alta capacidad digital: serás capaz de trabajar en equipo y con orientación a resultados, especializado en el uso de la venta al por menor (retail) 2.0, publicidad en comercio electrónico (e-commerce), marketing móvil (mobile marketing), gestión de redes sociales y adaptación a las exigencias del mercado globalizado (logística, financiación de operaciones internacionales, aduanas y estrategia de marketing internacional).

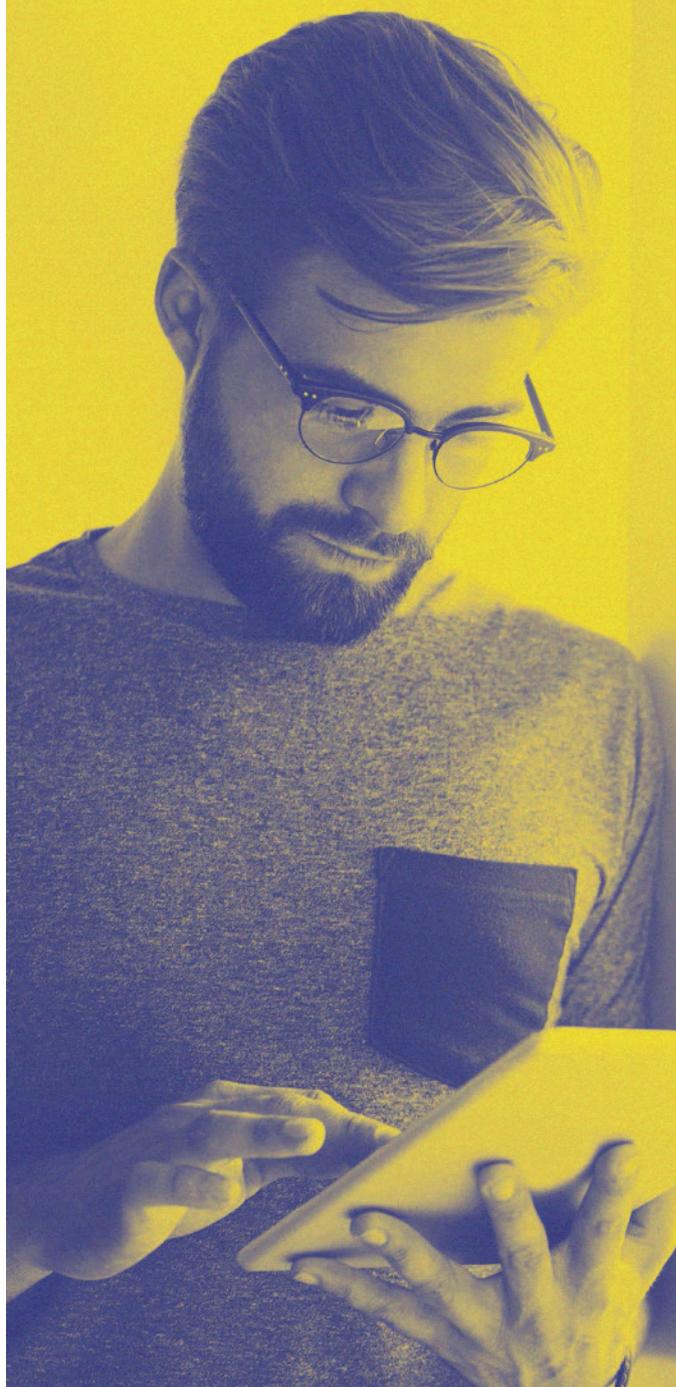
De qué podrás trabajar

- Jefe de ventas
- Representante comercial
- Encargado de tienda o sección de un comercio
- Encargado de almacén

Dónde podrás trabajar

- Multinationales y grandes superficies
- Empresas de logística
- Comercio
- Servicios a las empresas

#lanuevaFP



 Generalitat de Catalunya
Departament d'Ensenyament
Centro oficial nº 08009260

 **JESUÏTES El Clot**
Escola del Clot

 **JESUÏTES**
educació
Formación Profesional

en colaboración

 **UOC X**
Xtended
Studies



Gestión de ventas y espacios comerciales

Ciclo formativo de grado superior

Seminarios y proyectos



Seminarios

Estrategias de marketing

Seminario 1

 60 horas

Objetivo:

- Trabajar estrategias de marketing para su implantación.
- Conocer en profundidad las cuatro P del marketing (product, price, promotion, place).

Descripción: El marketing se desarrolla en un entorno económico y social y actúa sobre comportamientos de los consumidores; por ello requiere el análisis de las variables económicas y sociales que condicionan los procesos comerciales y, a la vez, el conocimiento de los factores de decisión del público al que dirige sus acciones.

En las acciones de marketing disponemos de cuatro factores para incidir en las decisiones de los consumidores potenciales que trabajaremos en este seminario: el producto, el precio, la comunicación y la distribución, que es lo que tradicionalmente se ha denominado las cuatro P del marketing (product, price, promotion, place).

Estadística y técnicas de investigación comercial

Seminario 2

 60 horas

Objetivo:

- Entender cómo las técnicas de investigación comercial y la estadística ayudan a hacer previsiones realistas sobre las probabilidades de éxito de nuestros proyectos.

Descripción: En este seminario trabajarás los conceptos básicos de la investigación comercial. Mediante cuatro actividades, te familiarizarás con el contexto de las investigaciones y los diferentes tipos. En el trabajo final, trabajarás un aspecto de la investigación comercial de forma más profunda: el análisis de resultados y la extracción de conclusiones.

Contabilidad

Seminario 3

 60 horas

Objetivo:

- Reconocer y saber confeccionar los documentos comerciales asociados a una operación de compraventa.
- Reconocer las obligaciones fiscales y tributarias en materia de facturación.
- Tener conocimientos de cómo se elabora la contabilidad y cómo se extrae la información para obtener las cuentas anuales de una empresa.

Descripción: En este seminario, se pretende que con un caso práctico adquieras los conocimientos suficientes para poder realizar asientos sencillos y obtener la información contable para la presentación de las cuentas anuales. Además, también tendrás conocimientos de cómo es el circuito administrativo de las operaciones de compraventa y toda la documentación que se genera, siguiendo con rigor la normativa en materia de facturación.

Introducción a las bases de datos

Seminario 4

 30 horas

Objetivo:

- Crear una base de datos para una empresa.
- Ser capaz de gestionar la información y realización de consultas e informes.
- Aprender para qué sirve un Customer Relationship Management (CRM).

Descripción: El seminario de CRM con la herramienta Microsoft Access ofrece una visión de qué es una base de datos y qué utilidades puede ofrecernos. Trabajarás desde la organización, el análisis y la representación de las relaciones en una empresa para conseguir elaborar consultas e informes que nos ofrecerán una información crucial para poder desarrollar un modelo de gestión y coordinación de una empresa y ser capaces de asignar tareas y funciones para cada puesto, y avanzarnos a las inquietudes de los clientes.

También descubrirás las ventajas de los CRM —que es la gestión o administración de las relaciones con el cliente—, orientados a fortalecer y aumentar la cuenta de resultados y a prolongar la vida y fidelización de los clientes, con el objetivo de aumentar el éxito de la empresa.

Prevención en riesgos laborales

Seminario 5

 30 horas

Objetivo:

- Conocer los principios básicos de prevención de riesgos laborales.
- Identificar los riesgos más relevantes vinculados a los perfiles profesionales del entorno laboral.

Descripción: Centrado en la cultura preventiva en todas las fases de la actividad profesional, este seminario te familiarizará con la gestión de prevención de riesgos laborales (PRL) propios de los lugares de trabajo vinculados a los perfiles profesionales del entorno profesional. Te permitirá conocer la normativa y la legislación más relevantes en el ámbito de PRL.

Podrás identificar los factores de riesgos específicos y conocerás las medidas preventivas para reducirlos o mitigarlos para evitar potenciales accidentes o enfermedades que pudieran afectar a la salud.

Relaciones laborales

Seminario 6

 30 horas

Objetivo:

- Adquirir los conocimientos necesarios para definir planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales.

Descripción: El seminario es una introducción que da respuesta al reto de organizar y coordinar los equipos comerciales, desde la planificación de los planes de formación de la fuerza de ventas y cumpliendo los objetivos y requisitos establecidos en cada caso.

Escaparatismo y visual merchandising

Seminario 7

 60 horas

Objetivo:

- Entender las posibilidades que ofrece un escaparate como referencia visual en el que el producto entra en diálogo con el consumidor.
- Adquirir conocimientos para desarrollar proyectos creativos orientados a optimizar las ventas.
- Analizar el diseño del interior del establecimiento y la información que un merchandising debe implantar para promocionar los productos que se ofrecen e informar al respecto.

Descripción: Este seminario pretende que reflexiones sobre la función del comercio como actividad inherente al ser humano y sobre como su evolución ha sido siempre paralela a los cambios producidos en el entorno.

Analizarás el espacio comercial sujeto a las transformaciones y a la evolución social. Verás que este espacio se adapta a las nuevas necesidades de fabricantes y compradores, porque es en él donde se encuentran producto y comprador. Nos centraremos en el estudio de las partes que componen el establecimiento comercial, tanto internas como externas, que son la base para dinamizar el espacio, influir en los objetivos comerciales deseados, generar la imagen propuesta por la empresa y repercutir de forma directa en la preferencia del público a la hora de elegir un establecimiento.

Practicaremos las técnicas de análisis de las estrategias actuales con los siguientes objetivos:

- Diseñar el escaparate, uno de los elementos de atracción del cliente.
- Identificar las diferentes zonas del punto de venta.
- Gestionar las referencias del portafolio del detallista.
- Un miniproyecto servirá para poner en práctica los contenidos aprendidos.

Logística de almacén

Seminario 8

 30 horas

Objetivo:

- Adquirir los conocimientos necesarios para identificar el marco legal en el que se sitúa el almacén.
- Conocer las funciones y los requisitos de organización espacial necesarios para el funcionamiento del almacén.

Descripción: El seminario pretende dar una visión básica sobre la función del almacén en la cadena de distribución de la empresa y los criterios y recursos con los que cuenta para optimizar el espacio de almacenaje. Se trabajará la determinación y el análisis de información sobre normativa específica, y el estudio y la distribución del espacio necesario para ubicar las existencias de la empresa en función de los criterios de distribución comercial.

Se analizarán contenidos conceptuales de la disciplina y se desarrollarán habilidades técnicas en el uso de herramientas y estrategias para la resolución de las actividades propuestas.

Se trata de un seminario activo donde el estudiante construirá su aprendizaje mediante la toma de decisiones para la resolución de las actividades propuestas.

English B1.1

Seminario 9

 60 horas

Objetivo:

- Alcanzar un nivel general de competencia en inglés que se aproxima al nivel B1 del Marco común europeo de referencia para las lenguas (MCER).

Descripción: El seminario Inglés B1.1 es la primera parte del nivel B1 del Marco común europeo de referencia para las lenguas (MCER). El seminario se centra en las destrezas comunicativas efectivas en inglés y utiliza una metodología basada en tareas individuales o por parejas.

Para las actividades en pareja, deberás disponer de tiempo para coordinarte con otros estudiantes y para realizar actividades en tiempo real. Este seminario solo puede superarse con la evaluación continua, lo que implica un ritmo de trabajo constante y regular.

English B1.2

Seminario 10

 60 horas

Objetivo:

- Alcanzar un nivel general de competencia en inglés equivalente al nivel B1 del Marco común europeo de referencia para las lenguas (MCER).

Descripción: El seminario Inglés B1.2 es la segunda parte del nivel B1 del Marco común europeo de referencia para las lenguas (MCER). Al finalizar el seminario habrás adquirido habilidades para comunicarte sobre temas generales utilizando un vocabulario básico. Podrás mantener una conversación sencilla, debatir sobre temas conocidos y producir textos escritos inteligibles con una corrección razonable. También tendrás una variedad amplia de lenguaje sencillo con el que comunicarte adecuadamente.

Para las actividades en grupo, deberás disponer de tiempo para coordinarte con otros estudiantes y para realizar actividades en tiempo real. Este seminario solo puede superarse con la evaluación continua, lo que implica un ritmo de trabajo constante y regular.

Seminario Crecimiento Profesional

🕒 30 horas

Los seminarios de crecimiento profesional responden a la consecución de las competencias relacionadas con el desarrollo y orientación de la carrera profesional de los estudiantes de FP.

Tienen una duración de 30 horas, equivalente a un mes de docencia, y el estudiante debe elegir tres seminarios del catálogo de seminarios de su familia profesional.

Proyectos

Competencias digitales en la FP

Proyecto 0

 120 horas

Objetivo:

- Buscar y seleccionar la información en la red.
- Tratar y elaborar la información digital.
- Presentar y difundir la información digital.
- Adquirir nociones de tecnología digital.
- Planificar el estudio y el trabajo en un entorno virtual.
- Elaborar estrategias de comunicación en la red.
- Trabajar en equipo en red y tener actitud digital.

Descripción: Este proyecto sienta la base de conocimientos y competencias TIC en los ámbitos académico y profesional. También te ofrece una visión general de los diferentes ámbitos profesionales de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

El desarrollo de un proyecto digital en grupo te permitirá trabajar de manera integrada competencias específicas en TIC que irás profundizando en otros proyectos y seminarios a lo largo de tu ciclo formativo. La metodología es fundamentalmente activa y se basa en el trabajo por proyectos en red. Mediante la realización de un proyecto digital en grupo, sobre un tema vinculado con el ámbito de vuestro ciclo formativo, se pretende trabajar de manera integrada un conjunto de competencias específicas en TIC que iréis profundizando en otros proyectos y seminarios a lo largo de vuestro ciclo formativo.

Radiografía los turistas extranjeros que visitan tu ciudad

Proyecto 1

 90 horas

Objetivo:

- Poner en práctica unos conocimientos teóricos en materia de investigación comercial, realizando un estudio actualizado del turismo internacional de una ciudad.

Descripción: El ayuntamiento ha decidido dinamizar el turismo en un mayor conocimiento del turista internacional. La empresa de investigación de mercados Research&Success, en la que trabajas, ha ganado el concurso para llevar a cabo un estudio de investigación que se centre en cartografiar los hábitos de compra de los turistas internacionales con la finalidad de gestionar y organizar la oferta comercial de la ciudad de acuerdo con la realidad de este sector y su peso en la economía local. Se trata de un estudio ambicioso que cubre una multitud de cuestiones en torno a la investigación y el marketing: implica reflexionar sobre los distintos elementos del entorno de la ciudad y sobre los agentes que lo conforman. Será necesario radiografiar los turistas internacionales: analizar su perfil, motivaciones y su conducta de compra. Y también se deberá analizar información relevante sobre el turismo internacional en la ciudad y crear instrumentos que permitan recabar información de primera mano, analizarla, interpretarla y presentarla al ayuntamiento para su articulación en la realidad.

Escaparatismo de la nueva temporada de una tienda de deportes

Proyecto 2

🕒 90 horas

Objetivo:

- Diseñar la nueva temporada de escaparatismo de una tienda de deportes.
- Analizar previamente el establecimiento, estudiar el producto, aprender de la competencia y decidir la comunicación que quiere llevarse a cabo.

Descripción: Con este proyecto se aprende a diseñar, producir e implantar el escaparatismo para una nueva temporada en una tienda de deportes. Se elegirá el punto de venta concreto de una localidad para desarrollar el establecimiento ideal. Se presentan dos momentos diferenciados; por una parte, un trabajo descriptivo con el planteamiento previo y los objetivos, y, por otra, la producción y ejecución de la acción, la organización del espacio comercial y de los escaparates.

Category Manager: lineal de productos de cosmética en una gran superficie

Proyecto 3

🕒 60 horas

Objetivo:

- Determinar la dimensión del surtido de productos y definir la colocación estratégica para conseguir una gestión óptima del establecimiento.
- Determinar el procedimiento de implantación del surtido de productos en los lineales según criterios comerciales, optimizando las operaciones de mantenimiento y reposición.
- Determinar las condiciones de negociación del aprovisionamiento, aplicando técnicas de comunicación y negociación con proveedores.
- Entender el concepto de proceso de compra y aplicar conceptos adquiridos con el objetivo de mejorarlo.
- Calcular la rentabilidad de la implantación del surtido por metro cuadrado.

Descripción: Este proyecto trabaja el proceso colaborativo entre fabricantes y detallistas que tiene como propósito gestionar las categorías de productos en el punto de venta para maximizar el rendimiento del lineal y la satisfacción del comprador.

El objetivo del proyecto es, con la perspectiva del fabricante, diseñar —y presentarla al detallista— una propuesta para la categoría de cuidado capilar de una superficie de ventas. Esta propuesta se elaborará a partir del análisis del mercado y la información obtenida de distintos departamentos de la empresa fabricante: marketing, ventas y logística.

El proyecto requiere también el desarrollo de acciones de comunicación que apoyen la implantación de la gama de productos de la empresa fabricante. El éxito de la presentación del proyecto se medirá por la capacidad de entender y satisfacer los objetivos del detallista y fabricante, buscando el mutuo beneficio y la mejora de la experiencia de compra.

Organización del área comercial y ventas de una empresa

Proyecto 4

🕒 60 horas

Objetivo:

- Gestionar promociones en el punto de venta.
- Planificar y controlar los equipos de venta.
- Coordinar los equipos de venta.

Descripción: En este proyecto aprenderás a organizar el área comercial y de ventas de una empresa, partiendo del diseño y ejecución de un assessment center de reclutamiento y formación del personal, hasta llegar a la política de remuneración e incentivos del equipo. También elaborarás el diseño del argumentario, las solicitudes de producto, la gestión de la venta o los procesos de gestión de incidencia.

Organización de una campaña de rebajas de una tienda de moda situada en un aeropuerto

Proyecto 5

🕒 90 horas

Objetivo:

- Aprender a gestionar la oferta de producto, las promociones y su comunicación.
- Planificar el personal necesario, los turnos y los horarios, y las existencias.

Descripción: Este proyecto trabaja para organizar la campaña de rebajas de una tienda de moda situada en un aeropuerto. Incluye determinar el surtido de producto que se pone a la venta y su ubicación dentro de la tienda, así como la gestión del almacén.

También implica tareas relacionadas con la gestión de recursos humanos: organizar los turnos de trabajo, las comisiones e incentivos por ventas.

Organizar el departamento internacional de atención al cliente

Proyecto 6

🕒 90 horas

Objetivo:

- Conocer y comprender la función del servicio al cliente.
- Aplicar los principios reconocidos de servicio al cliente en situaciones realistas.
- Comprender los comportamientos personales que mejoran la prestación de servicios.
- Conocer y aplicar los principios de comunicación efectiva en un contexto de servicio al cliente.
- Manejar de forma efectiva las quejas y los problemas de los clientes.

Descripción: Disponer de un excelente servicio de atención al cliente es esencial para la viabilidad de un negocio a largo plazo. Este proyecto define el diseño de un servicio de atención al cliente: presenta los elementos fundamentales de un buen servicio al cliente y explica cómo se pueden aplicar a cualquier organización. Se define cómo una empresa puede desarrollar su programa de servicio al cliente al más alto nivel y se centra en la organización del departamento internacional de atención al cliente, identificando las posibles incidencias, diseñando los procesos y estableciendo los canales y los argumentarios correspondientes. Todo ello implica un alto conocimiento de la organización, así como el dominio de las herramientas de gestión de bases de datos relacionales (CRM) para poder crear la documentación y los argumentarios para cada una de las posibles incidencias, aspectos que se trabajan a lo largo del proyecto.

Creación y puesta en marcha de un supermercado de productos ecológicos

Proyecto 7

🕒 120 horas

Objetivo:

- Analizar el entorno económico.
- Crear y distribuir el espacio comercial.
- Crear un plan de comunicación.
- Planificar y gestionar un equipo de trabajo.

Descripción: Este proyecto trabaja con la perspectiva del emprendedor que quiere crear y poner en marcha un supermercado de productos ecológicos. El éxito de la presentación del proyecto se medirá por la capacidad de entender lo que requiere realizar cada uno de los procesos necesarios para la creación y puesta en marcha de un negocio, igual o similar a un supermercado de productos ecológicos.

Diseñar y ejecutar una pop up store (tienda efímera)

Proyecto 8

🕒 90 horas

Objetivo:

- Asimilar los conceptos básicos del merchandising.
- Crear un producto de comunicación efímera en un canal no habitual.
- Gestionar los procesos de suministros, almacén y logística inversa.

Descripción: : En este proyecto diseñarás y ejecutarás un proyecto de pop-up store (tienda efímera) como parte de una campaña de lanzamiento de una nueva línea de productos. Para realizar el proyecto deberás definir la propuesta, la gestión de los proveedores, la organización de la tienda y la gestión de almacén. Dado que se trata de una acción comercial y de marketing, también deberás tener en cuenta la organización de los actos de promoción y publicidad.

Realizar una campaña de trade marketing de productos de comercio justo

Proyecto 9

🕒 90 horas

Objetivo:

- Comprender las principales dinámicas del trade marketing, así como los resortes que permiten dinamizar las ventas en el canal.
- Conocer el mercado del comercio justo, que en estos momentos experimenta un auge continuo, debido al incremento lento pero constante de la demanda por parte de los consumidores.

Descripción: Este proyecto propone desarrollar una campaña de trade marketing de productos de comercio justo en una cadena de grandes superficies. Incluye el estudio de mercado y del comportamiento de consumidor, la planificación económica de la campaña, la negociación con proveedores y el canal de distribución, y el diseño de la campaña propiamente dicha.

Creación y puesta en marcha de un negocio comercial

Proyecto 10

🕒 120 horas

Objetivo:

- Adquirir las competencias para la creación y puesta en marcha de un negocio comercial desde la concepción de la idea de negocio hasta su funcionamiento en el mercado.

Descripción: Este proyecto desarrolla un trabajo de creación y puesta en marcha de un negocio comercial, y lleva a cabo el estudio de viabilidad, el plan de negocio, así como el plan de marketing.

Diseño y realización de una tienda virtual

Proyecto 11

🕒 90 horas

Objetivo:

- Familiarizarse con los proyectos de emprendimiento.
- Saber crear un posicionamiento y una estrategia para un producto.
- Saber crear y configurar una tienda virtual con un CMS o software de comercio electrónico (e-commerce).
- Aprender a organizar la atención al cliente.
- Crear un modelo operativo.

Descripción: Este proyecto te permite trabajar en el diseño y realización de una tienda virtual con todo lo que conlleva: la creación de una página web con un CMS (ej. Wordpress), la instalación de un módulo de comercio electrónico y la creación de un inventario de productos, categorías y atributos. Incluye también la definición de los protocolos de facturación, de cobro y envío.

Realizar el Community Management de una marca

Proyecto 12

🕒 90 horas

Objetivo:

- Definir el día a día del gestor de comunidades (community manager).
- Gestionar las herramientas de monitorización para la escucha activa de la reputación en línea.
- Planificar la comunicación en redes sociales y la analítica en medios sociales, definiendo los objetivos, las métricas y KPI.
- El resultado será un plan de comunicación en redes sociales e informes de medios sociales y reputación en línea.

Descripción: En este proyecto deberás gestionar la reputación en línea de una empresa y planificar la comunicación mediante redes sociales. Para ello, planificarás y desarrollarás acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación por internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa. Podrás hacer un uso racional de las TIC para trabajar y estudiar en la sociedad de la información, con lo que se favorece una metodología de trabajo en red.

FCT Formación Centro de Trabajo (Presencial) ⌚ 350 horas

La formación en centros de trabajo (FCT) debe entenderse como prácticas formativas no laborales en centros de trabajo que llevan a cabo los estudiantes de formación profesional mediante un convenio de colaboración que suscribe el centro docente con la empresa

La FCT está orientada a completar el conocimiento y las competencias que hayas adquirido en el ámbito académico y a darte a conocer la realidad del mundo productivo para poder enfocar tu futuro profesional y mejorar tus posibilidades de inserción o de tu actual puesto de trabajo.

Formación en centros de trabajo (FCT)

⌚ 30 horas

Objetivo:

- Adquirir conocimientos y habilidades que faciliten la transición a la vida activa y la inserción laboral.
- Conocer las herramientas necesarias para afrontar el proceso de búsqueda de empresa para la realización de las prácticas del ciclo.
- Participar en la búsqueda de empresas del sector adecuadas al perfil profesional.
- Enfocar el proyecto de futuro profesional propio.
- Mejorar las posibilidades de inserción laboral.

Descripción: Antes de iniciar el periodo de prácticas, te introduciremos en el conocimiento del entorno profesional en el que estás formándote.

El objetivo es clarificar cuáles son tus intereses profesionales y poder hacer una prospección de empresas en tu ámbito geográfico, contactarlas y hacer una autocandidatura para llevar a cabo la formación en centros de trabajo.
