



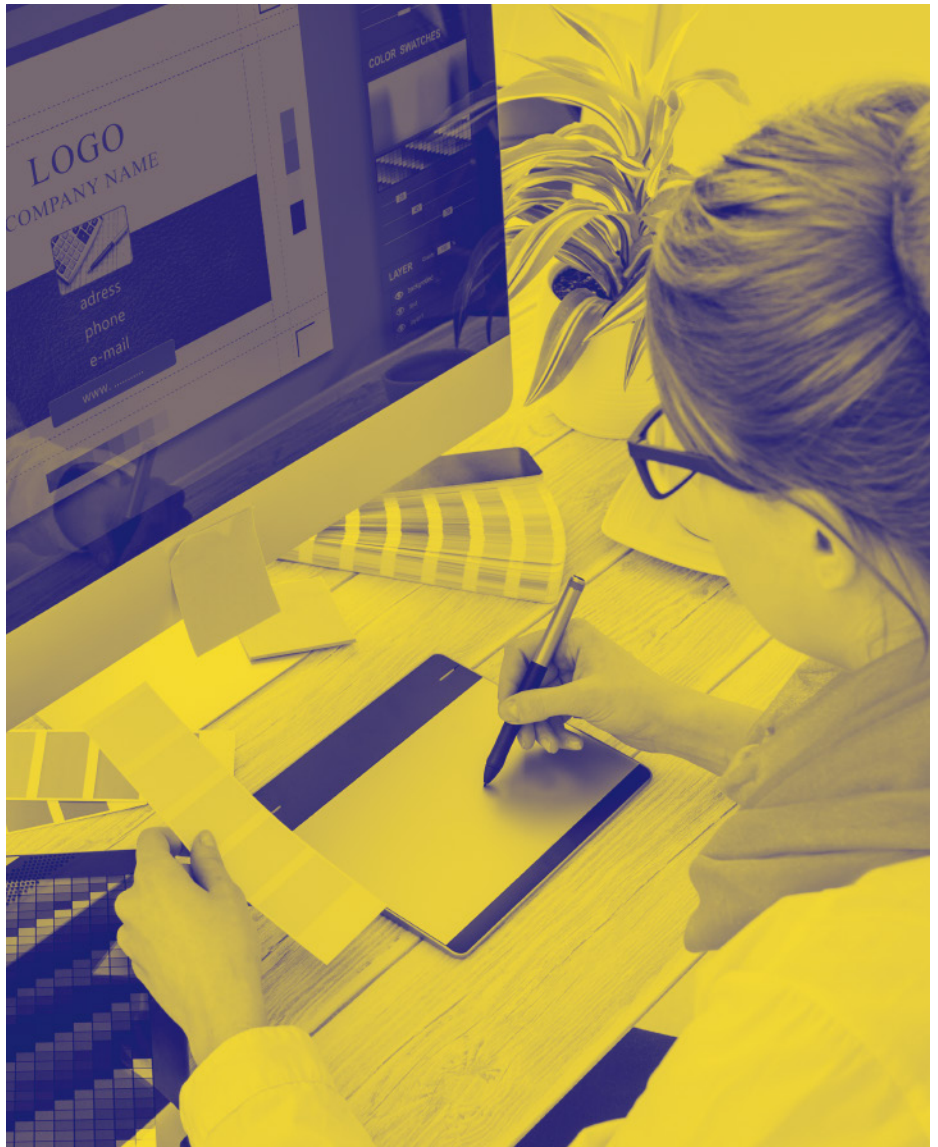
JESUÏTES  
educació

Formación Profesional

en colaboración

UOC X

Xtended  
Studies



#lanuevaFP

Ciclo formativo de  
grado superior en  
**Marketing  
y Publicidad**

*El título oficial de técnico superior de Marketing y Publicidad te capacita para promocionar y publicitar los productos y servicios en los medios y soportes de comunicación adecuados*

# Ciclo formativo de grado superior en Marketing y Publicidad

La aparición de nuevas empresas en internet (tanto nacionales como internacionales) han provocado que las oportunidades para el futuro profesional del marketing estén prácticamente aseguradas.

El profesional del marketing **es experto en generar una «oferta de valor» y volver competitiva a una empresa.** Es un profesional imprescindible hoy en día en el núcleo de cualquier organización. El mercado profesional de este sector reclama profesionales que tengan la capacidad de mantenerse conectados en todo momento, y que tengan una formación y un pensamiento enfocados en clave global.

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 **Marketing y Publicidad** con nosotros, sabrás:

- Realizar las gestiones necesarias para la **constitución y puesta en marcha de una empresa comercial**, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios, que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.
- **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.
- Organizar grupos de encuestadores o entrevistadores y **realizar encuestas o entrevistas**, planificando el trabajo de campo y 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 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.



## 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.**

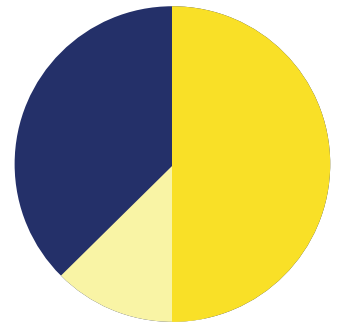
Hoy en días es fundamental aplicar el pensamiento crítico y analítico, así como mejorar las capacidades de comprender, argumentar, exponer tus ideas y defender tus proyectos.

## 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 Marketing y Publicidad 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

Podrás trabajar desempeñando las tareas de marketing y publicidad para empresas u organizaciones, potenciando la integración de las herramientas de la publicidad en línea en los planes de comunicación empresarial de analítica web, los canales de venta adaptados a la movilidad, las estrategias de posicionamiento SEO/SEM y las estrategias de marketing de medios sociales (social media marketing).

## De qué podrás trabajar

- Técnico de marketing y publicidad
- Técnico de relaciones públicas
- Organizador de eventos de marketing y comunicación
- Auxiliar de medios en empresas de publicidad

## Dónde podrás trabajar

- Agencias de publicidad y marketing
- Empresas comerciales
- Redes sociales
- Servicios a las empresas

# #lanuevaFP



 Generalitat de Catalunya  
Departament d'Ensenyament  
**Centro oficial nº 08004067**

 **JESUÏTES Sarrià**  
Sant Ignasi

 **JESUÏTES educació**  
Formación Profesional

en colaboración

 **UOC X**  
Xtended Studies



---

# Marketing y Publicidad

---

Ciclo formativo de grado superior

---

Seminarios y proyectos

---



# Seminarios

## Diseño gráfico (perfil editorial)

Seminario 1

 60 horas

### Objetivo:

- Crear material gráfico digital coherente con las especificaciones estéticas y funcionales que se presenten.

**Descripción:** En este seminario te introducirás en la disciplina del diseño gráfico en sus diferentes ámbitos: identidad, editorial y publicidad. También practicarás el uso básico de las herramientas profesionales necesarias para la creación de productos gráficos digitales. Deberás concretar propuestas gráficas coherentes y experimentar la utilidad de los diferentes programas informáticos necesarios para trabajar a nivel profesional: Illustrator, Photoshop e InDesign. La finalidad será la creación de una marca personal, un póster y una doble página de revista.

## Estrategias de marketing

Seminario 2

 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 3

 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 los diferentes tipos de investigaciones y su contexto. 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 4

🕒 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, mediante un caso práctico, adquirirás los conocimientos suficientes para poder realizar asientos sencillos y obtener la información contable para la presentación de las cuentas anuales. Además, también conocerás 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 5

🕒 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 —qué 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 6

 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.

---

# SEO y SEM

Seminario 7

 30 horas

## Objetivo:

- Entender cómo funcionan los motores de búsqueda, en especial Google, y cómo conseguir visibilidad en buscadores, y aplicarlo a estrategias de marketing de contenidos.
- Analizar un sitio web para poder definir e implementar un plan SEO con éxito, monitorizarlo y mantener los resultados de nuestro plan mediante su seguimiento.
- Diseñar, planificar, configurar y ejecutar campañas SEM en buscadores y redes de display, desde la definición de objetivos y aplicación de los formatos disponibles hasta la medición de resultados.
- Comprender y valorar los aspectos clave de la web social y de la optimización en medios sociales (social media optimization) para idear, planificar e implementar una estrategia en las redes sociales.

**Descripción:** Este seminario presenta los contenidos teóricos y prácticos para abordar la optimización de contenidos y sitios web para buscadores. Te permitirá trabajar los conceptos básicos de la optimización de páginas para buscadores y de los anuncios en buscadores.

Mediante las actividades, te familiarizarás con el contexto de las investigaciones y los diferentes tipos de informes para extraer conclusiones que sirvan en acciones de marketing en buscadores, en marketing en medios sociales y optimización en medios sociales, partiendo de la estrategia de marketing de la organización.

---



---

## Analítica web

Seminario 8

 30 horas

### Objetivo:

- Entender el significado y la importancia de los indicadores clave de rendimiento (KPI) como datos fundamentales para la estrategia de negocio.
- Aprender a recoger y tratar la información obtenida de los KPI para sacar conclusiones que permitan mejorar procesos de negocio.
- Aportar los conocimientos básicos de analítica web.
- Aplicar los conocimientos de Google Analytics.

**Descripción:** Partiendo de la estrategia de marketing de una organización, en este seminario tratarás el tema de la analítica web para que seas capaz de extraer conclusiones para actuar en acciones de marketing en buscadores y en marketing en medios sociales y optimización en medios sociales. Podrás extraer diferentes tipos de informes y planificar un panel de control (dashboard) con el que realizar el análisis de resultados y la extracción de conclusiones.

---

## 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.

## Creación de una revista corporativa

Proyecto 1

 90 horas

### Objetivo:

- Comunicar los valores, los objetivos y los proyectos de la empresa a empleados, proveedores y clientes B2B.
- Asimilar los conceptos básicos de la comunicación corporativa.
- Crear un producto de comunicación gráfica dentro de un plan de medios.
- Familiarizarse con el aprendizaje por proyectos corporativos.

**Descripción:** Este proyecto pretende que te sitúes en el departamento de marketing de una empresa que necesita crear un plan de medios con el cual se decide elaborar una revista corporativa.

Esta revista debe incluir contenidos propios del sector y del trabajo que desempeña la empresa. Se diseñarán las secciones y se elaborarán los contenidos. Deberá ser una herramienta que acerque los valores, los objetivos y los proyectos de la empresa a empleados, distribuidores, accionistas y clientes B2B.

---

# Mi primera convención

Proyecto 2

 90 horas

## Objetivo:

- Organizar y gestionar un evento corporativo, una convención.
- Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con los actores del sector.
- Negociar en un entorno profesional.

**Descripción:** Este proyecto se centra en el trabajo de una importante compañía internacional que deposita su confianza en vuestro equipo para organizar y planificar su convención anual, un evento de grandes dimensiones que implica el diseño y la planificación de ponencias corporativas, programas de ocio y entretenimiento, así como servicios de alojamiento y desplazamiento para un gran número de personas. Gestionar un evento de estas características pondrá a prueba la capacidad de organización, gestión y negociación con todos los agentes que intervienen en el evento, tanto nacional como internacional.

---

# Street Marketing

Proyecto 3

 60 horas

## Objetivo:

- Diseñar y aplicar una técnica de marketing eficaz y eficiente.
- Valorar el aspecto creativo de las campañas.

**Descripción:** Este proyecto plantea diseñar una acción de marketing de calle (street marketing) que tendrá como objetivo resituar una marca o producto. Se trata de realizar una acción novedosa y llamativa, destinada a crear notoriedad sobre la marca. Implica conocimiento del producto, del mercado en el que opera, así como de experiencias similares que se realizan en su sector y en otros sectores. En este proyecto se pondrán en práctica los contenidos de marketing táctico y operativo trabajados en el seminario marketing estratégico para crear un mensaje que llegue a gran cantidad de personas y que no tenga un coste elevado.

---

# Gestionar una crisis de comunicación

Proyecto 4

 60 horas

## Objetivo:

- Asimilar los conceptos básicos de la comunicación de crisis.
- Crear un protocolo de comunicación de crisis dentro del plan de comunicación corporativa.
- Conocer los tiempos en la actuación frente a un caso de crisis de comunicación.

**Descripción:** Este proyecto plantea cómo gestionar una crisis de comunicación y cómo diseñar la respuesta a los consumidores en función de sus derechos y procurando preservar la reputación de la marca. Deberás operar con el conocimiento de la empresa, de sus productos y del sector en el que opera. Para que lleves a cabo este proyecto tendrás que realizar un trabajo previo de planificación de crisis y elaboración de documentación, y deberás hacerlo con grandes dosis de iniciativa, proactividad y una buena gestión de medios.

---

---

# Plan de comunicación de una ONG

Proyecto 5

🕒 90 horas

## Objetivo:

- Aprender a planear, definir y ejecutar campañas de comunicación, para poder participar en todas las fases del proceso con confianza.

**Descripción:** En este proyecto diseñarás el plan de comunicación de una ONG para el lanzamiento de una campaña: delimitar los públicos a quienes se dirige, formular los objetivos y establecer los canales de comunicación, definir los contenidos y las estrategias para transmitirlos, diseñar las acciones de comunicación en línea y fuera de línea... Todo este proceso requiere conocer a fondo la organización y el sector en el que opera. Implica, asimismo, el conocimiento del comportamiento del consumidor y exige tanto el diseño de una estrategia como la creación de piezas concretas.

---

# Organizar el departamento internacional de atención al cliente

Proyecto 6

🕒 120 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. En este proyecto definirás el diseño de un servicio de atención al cliente: presentar los elementos fundamentales de un buen servicio al cliente y explicar cómo pueden aplicarse a cualquier organización. Tendrás la oportunidad de definir cómo una empresa puede desarrollar su programa de servicio al cliente al más alto nivel, centrándote en la organización del departamento internacional de atención al cliente. Para ello, deberás identificar las posibles incidencias, diseñar los procesos y establecer los canales y los argumentarios correspondientes.

Alcanzar tu objetivo 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.

---

---

# Lanzamiento producto nuevo

Proyecto 7

🕒 120 horas

## Objetivo:

- Elaborar de manera argumentada y justificada propuestas y soluciones sobre los elementos del mix de marketing.
- Planificar la oferta de productos, organizar en archivos los datos de los clientes y establecer clasificaciones de clientes y de productos.
- Generar confianza en el trato comercial con la empresa.
- Poner en común las informaciones de los diferentes comerciales en relación con las demandas de los clientes.
- Tomar decisiones de forma independiente.
- Saber motivar colaboradores, proveedores o clientes, para conseguir los objetivos.

**Descripción:** El lanzamiento de un producto nuevo implica haber realizado una prospección del mercado para conocer la viabilidad del producto y la existencia de productos de competencia directa o indirecta ya existentes en el mercado. En este proyecto deberás identificar las características del público (target) al que se dirige la empresa, así como sus diferentes necesidades y motivaciones en relación con el producto.

Definido el público objetivo y el tipo de producto, tendrás que establecer como objetivo la creación de diferencias competitivas relativas al mix de marketing y definir las acciones sobre cada uno de los aspectos del mix (producto, precio, distribución y comunicación), organizadas en un plan de marketing para el lanzamiento del producto.

---

# Organizar y llevar a cabo la apertura de una tienda en una calle comercial

Proyecto 8

🕒 90 horas

## Objetivo:

- Ser capaces de localizar la ubicación óptima para el emplazamiento de un espacio comercial.
- Conocer la normativa comercial genérica de una localidad, así como los requerimientos específicos para la actividad concreta que se propone.
- Llevar a cabo la propuesta de protocolo de atención al cliente del nuevo espacio comercial.

**Descripción:** Este proyecto se centra en organizar y llevar a cabo la apertura de un espacio comercial en una ubicación idónea. Para alcanzar tu propósito, deberás encargarte de la formación del personal para la investigación de los aspectos relacionados con la ubicación del local, así como la propia investigación, la obtención de los permisos correspondientes, y la propuesta de un protocolo de atención al cliente.

---

---

# Crear una empresa de consultoría de marketing y comunicación

Proyecto 9

 120 horas

## Objetivo:

- Conocer todos los pasos necesarios para diseñar, crear y poner en marcha una empresa, desde su idea inicial hasta el inicio de su actividad, pasando por el diseño del plan financiero y el plan de marketing.

**Descripción:** Este proyecto te ofrece la mejor forma de entender todo el proceso de creación de una pequeña o mediana empresa: cómo se estructura el desarrollo, confección, seguimiento y evaluación de un plan de empresa.

Tendrás la oportunidad de conocer los diferentes mecanismos que permiten definir, crear, organizar y hacer viable un proyecto mediante una empresa innovadora, conocedora del entorno comercial y laboral actual y con una amplia perspectiva de negocio introduciendo sistemas innovadores de desarrollo comercial.

Bajo esta visión innovadora y emprendedora, vuestro equipo deberá conocer y trabajar a fondo los conceptos que definen un plan de empresa y la viabilidad económica del proyecto: la idea de negocio, el conocimiento del mercado (competencia, cliente, sistema de comunicación y publicidad...), el plan de recursos humanos y la organización empresarial, el plan de producción e inversiones (proveedores, costes, inversiones, gastos de puesta en marcha), el plan de financiación, la forma jurídica adecuada al proyecto y el plan contable.

---

# Renovar la imagen corporativa de una marca

Proyecto 10

 90 horas

## Objetivo:

- Realizar una investigación de mercado.
- Aprender a realizar un análisis de perfil corporativo.
- Crear un plan estratégico para una imagen corporativa.
- Conocer las herramientas y los procedimientos de diseño en la creación de material gráfico publicitario.

**Descripción:** Este proyecto te sitúa ante el reto de renovar la imagen corporativa de la empresa para ganar más presencia y modernizarla, petición que formula el director de marketing. Para desarrollar este proyecto deberás analizar el contexto de la marca y darle una nueva imagen que se aplicará al material gráfico y publicitario.

---

---

# 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.

---

## Seminario de Iniciación a la 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.

---