



Técnico superior en
Marketing y Publicidad



Familia profesional

Comercio y marketing

Campus

Murcia

Idioma

Español e inglés

- Movilidad internacional
- Acceso posterior a la universidad (Paso de FP a Grado)
- Posibilidad de pago fraccionado

"Conviértete en el profesional creativo que impulsa marcas, campañas y experiencias memorables en un entorno empresarial cada vez más global y digital."

PRESENTACIÓN

Los planes de marketing y comunicación se han integrado en las organizaciones como una necesidad básica para obtener la rentabilidad y la perpetuación en el tiempo. Con este título, el alumno adquirirá las competencias necesa-

rias para desarrollar su actividad profesional en empresas de cualquier sector productivo, realizando funciones de planificación, organización y gestión de actividades de marketing, investigación comercial, publicidad y relaciones públicas.

Plan de estudios

1º Curso	
Módulo profesional	Horas
Inglés Profesional	90
Gestión Económica Y Financiera De La Empresa	205
Políticas De Marketing (Inglés)	205
Marketing Digital	205
Investigación Comercial	185
Digitalización Aplicada A Los Sectores Productivos	30
Itinerario Personal Para La Empleabilidad I	90

2º Curso

Módulo profesional	Horas
Diseño Y Elaboración De Material De Comunicación (Inglés)	130
Medios Y Soportes De Comunicación	175
Relaciones Públicas Y Organización De Eventos De Marketing	95
Trabajo De Campo En La Investigación Comercial	130
Proyecto Intermodular De Marketing Y Publicidad	50
Lanzamiento De Productos Y Servicios	95
Atención Al Cliente, Consumidor Y Usuario	95
Sostenibilidad Aplicada Al Sistema Productivo	30
Itinerario Personal Para La Empleabilidad II	50
Inglés Profesional II	60
Optativa	80
Total Ciclo Formativo	2000

Salidas profesionales

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 y acceso a enseñanzas universitarias oficiales de Grado.