



Plan de Formación del Ciclo Formativo de Grado Superior de Gestión Comercial y Marketing

Los estudios del Ciclo Formativo de Grado Superior de Gestión Comercial y Marketing tienen una duración de **1.400 horas**. Se realizarán durante dos cursos académicos, cuya distribución es la siguiente:

- En el centro educativo, a través de una formación teórico-práctica, durante el **primer curso académico**. Los contenidos se agrupan en los siguientes módulos profesionales:

Módulos	Horas / año	Horas / semana
Investigación Comercial	95	3
Políticas de Marketing	125	4
Logística Comercial	160	5
Marketing en el Punto de Venta	95	3
Gestión de la Compraventa	130	4
Aplicaciones Informáticas de Propósito General	130	4
Lengua Extranjera	160	5
Formación y Orientación Laboral	65	2
TOTAL	960	30

- En empresas, al finalizar la formación en el centro educativo, completándola y realizando actividades propias de la profesión, durante el **primer trimestre del segundo curso académico**:

Módulos	Horas / año
Formación en Centro de Trabajo (F.C.T.)	440

Al finalizar los estudios, los alumnos reciben el título de **TÉCNICO SUPERIOR EN GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING**.

Unidades de Competencia

Este profesional será capaz de:

- Obtener, procesar y organizar la información en la investigación comercial:

Obtener la información procedente de las fuentes primarias y secundarias, asegurando su fiabilidad y teniendo en cuenta el coste y objetivos de la investigación de mercado.

Controlar la correcta recogida de datos de las fuentes primarias.

Procesar la información recogida en la investigación comercial aplicando las técnicas estadísticas adecuadas que permitan obtener conclusiones aplicables al objeto del estudio.

Presentar en tiempo y forma las conclusiones derivadas del trabajo de campo y análisis estadístico realizado.

Operar en el “Sistema de Información de Mercados” y controlar su funcionamiento optimizando el coste y el tiempo de acceso a la información almacenada.

- Elaborar la información de base para el establecimiento de las políticas de “marketing” y controlar la acción publicitaria.

Obtener y valorar la información acerca del producto o servicio y de los factores que lo definen para la elaboración de la política de producto.

Obtener y evaluar la información necesaria del precio propio y de la competencia para la elaboración de la política de precios.

Evaluar la estructura del canal de distribución para optimizar el tiempo y los costes.

Organizar la campaña publicitaria de acuerdo con los objetivos definidos y controlar la eficacia de la acción desarrollada.

Organizar la información de base obtenida en la valoración de las variables que intervienen en el “marketing-mix” para la elaboración del plan.

- Gestionar el proceso de logística comercial.

Organizar el espacio físico y el funcionamiento del almacén, teniendo en cuenta la eficiencia en el sistema de distribución interna y la normativa de seguridad e higiene.

Controlar los movimientos de mercancías de los diversos almacenes de la red, asegurando un sistema de distribución eficiente.

Organizar y gestionar el proceso de distribución de los pedidos de manera que la entrega se efectúe en la forma y plazos establecidos.

Gestionar las existencias en almacén, de acuerdo con criterios establecidos, asegurando el nivel de servicio al cliente y la optimización del coste de los “stocks”.

Controlar y gestionar las devoluciones de mercancías, agilizando el proceso para solucionar las contingencias, de acuerdo con los procedimientos establecidos.

- Planificar y dirigir las actuaciones de “merchandising” en el establecimiento comercial.

Definir el escaparate idóneo, disponer su montaje de acuerdo con las técnicas precisas y conseguir la imagen y efectos establecidos.

Distribuir la superficie de venta y organizar su acondicionamiento, optimizando el espacio y recursos disponibles, de acuerdo con la normativa de seguridad e higiene y los objetivos establecidos.

Determinar la implantación de productos que optimice el lineal.

Controlar las actuaciones de “merchandising” que se realizan en el establecimiento comercial.

Organizar las promociones necesarias en el lugar de venta para lograr los objetivos previstos.

- Gestionar las operaciones de compraventa de productos y/o servicios.

Identificar y seleccionar proveedores potenciales de acuerdo con criterios establecidos y negociar determinados aspectos en la operación de compra según especificaciones recibidas.

Establecer un sistema eficaz de información que apoye las actividades de compraventa.

Elaborar y organizar el plan de acción en la operación de venta de acuerdo con los objetivos de la organización.

Programar y/o impartir la formación y el perfeccionamiento del equipo de ventas, de acuerdo con las especificaciones recibidas.

Intervenir en el proceso de negociación de la venta, cerrando aspectos de la operación que requieran decisiones de su responsabilidad, para llegar a

establecer una relación comercial en las mejores condiciones, aplicando las técnicas de negociación y comunicación adecuadas.

Controlar el desarrollo y evolución de las actuaciones del equipo de ventas para optimizar la actividad y alcanzar los objetivos previstos.

Controlar el cumplimiento de las condiciones pactadas con los proveedores, verificando que los suministros se ajusten a los pedidos realizados.

Ocupaciones y puestos de trabajo

Ayudante del jefe de producto.

Técnico de compra.

Técnico de venta.

Técnico de nuevas instalaciones.

Merchandiser.

Encargado de almacén.

Ayudante del jefe de logística.

Coordinador jefe del grupo de representantes.

Jefe de ventas.

Técnico de Marketing.

Técnico en trabajos de campo de investigación comercial.

•

Acceso al ciclo formativo

1. Acceso directo

Bachillerato LOGSE.

Bachillerato Experimental.

C.O.U. o Preuniversitario.

Técnico Especialista, Técnico Superior o equivalente a efectos académicos.

Titulación Universitaria obtenida sin los requisitos anteriores.

2. Acceso mediante prueba

Quienes no reúnan requisitos académicos de acceso directo y tengan 20 años, o los cumplan en el año en que se realice la prueba.

Quienes acrediten el título de Técnico y tengan 18 años, o los cumplan en el año en que se realice la prueba, si desean acceder a un Ciclo Formativo de Grado Superior de la misma familia profesional.

Acceso con este Título a otros estudios superiores

- Maestro (en todas sus especialidades).
- Diplomado en Biblioteconomía y Documentación.
- Diplomado en Ciencias Empresariales.
- Diplomado Educación Social.
- Diplomado en Estadística.
- Diplomado en Gestión y Administración Pública.
- Diplomado en Relaciones Laborales.
- Diplomado en Trabajo Social.
- Diplomado en Turismo.
- Ingeniero Técnico en Informática de Gestión.
- Ingeniero Técnico en Informática de Sistemas.