

PLA D'ACTIVITATS PER A LA FORMACIÓ PRÀCTICA EN CENTRES DE TREBALL. LES PARTS SOTASIGNANTS ACORDEN

La formalització del següent pla d'activitats d'acord amb la normativa actualment vigent, i amb les condicions que s'especifiquen.

PEL CENTRE DOCENT:

El/La Sr/Sra: ARMAND PONS RODA Com a Director/a del Centre: INSTITUT DE L'EBRE

Tutor/a del Centre: TERESA LASALA DESCARREGA

Dades de contacte:

PER L'ENTITAT COL-LABORADORA/EMPRESA

El/La Sr/Sra:

En concepte de:

De l'entitat:

Tutor/a de l'Empresa/Entitat:

PER L'ALUMNE/A:

Cognoms/Nom:

DNI:

Família Professional: COMERÇ I MÀRQUETING

Estudi: MÀRQUETING I PUBLICITAT (CMD0)

Durada FCT: 350 hores

Àmbit professional i de treball

Aquest professional exerceix la seva activitats en empreses de qualsevol sector productiu i principalment del sector del comerç i màrqueting públic i privat, realitzant funcions de planificació, organització i gestió d'activitats de màrqueting, investigació comercial, publicitat i relacions públiques. Les ocupacions i llocs de treball més rellevants són: Assistent o assistenta del cap de producte. Tècnic o tècnica de màrqueting. Tècnic o tècnica en publicitat. Tècnic o tècnica en relacions públiques. Organitzador o organitzadora d'esdeveniments de màrqueting i comunicació. Auxiliar de mitjans en empreses de publicitat. Controlador o controladora d'emissió en mitjans de comunicació. Tècnic o tècnica en estudis de mercat i opinió pública. Tècnic o tècnica en treballs de camp. Inspector o inspectora d'enquestadors. Agent d'enquestes i censos. Codificador o codificadora de dades per a investigacions de mercats. Responsable de promocions punt de venda. Especialista en implantació d'espais comercials.

Pla d'activitats

Activitats formatives

- ☐ 1. Activitats formatives de referència relacionades amb la gestió econòmica i financera de l'empresa.
 - ☐ 1.1. Col·laboració en el procés de selecció de recursos financers.
 - ☐ 1.2. Elaboració i gestió de documentació comercial.
 - ☐ 1.3. Gestió de tresoreria i de cobraments i pagaments.
 - ☐ 1.4. Elaboració i tramitació de documentació fiscal.
- ☐ 2. Activitats formatives de referència relacionades amb l'atenció al client/usuari.
 - ☐ 2.1. Elaboració i supervisió de comunicacions orals o escrites de caràcter professional en diferents canals de comunicació.
 - ☐ 2.2. Gestió i avaluació del sistema d'informació al client manual o informàtic (CRM).
 - ☐ 2.3. Gestió de queixes i reclamacions.
- ☐ 3. Activitats formatives de referència relacionades amb la comunicació de l'empresa.
 - ☐ 3.1. Elaboració de materials publicitaris i informatius.
 - ☐ 3.2. Organització del pla de difusió dels materials de comunicació.
 - ☐ 3.3. Col·laboració en la realització del pla de mitjans publicitaris.
 - ☐ 3.3. Participació en el control i avaluació del pla de comunicació.
- ☐ 4. Activitats formatives de referència relacionades amb el llançament de productes i serveis.
 - ☐ 4.1. Participació en l'organització de la presentació d'un producte o servei a la xarxa de vendes.

Per tal que així consti, s'estén aquest pla d'activitats i el signen les parts interessades.

1. Pel centre

2. Per l'Empresa/entitat col·laboradora

- ☐ 4.2. Preparació de la documentació i del material de suport per a la presentació del producte o servei.
- ☐ 4.3. Elaboració d'informes de resultats dels processos d'avaluació i control del llançament d'un producte o servei.
- ☐ 4.4. Col·laboració en l'organització de la retirada d'un producte o servei del mercat.
- ☐ 5. Activitats formatives de referència relacionades amb la recollida i presentació d'informació.
 - ☐ 5.1. Obtenció i organització d'informació primària i/o secundària d'acord amb el pla d'investigació i amb utilització de diferents mitjans.
 - ☐ 5.2. Gestió de bases de dades i/o de sistemes d'informació de màrqueting (SIM).
 - ☐ 5.3. Anàlisi de la informació recollida i elaboració d'informes
 - ☐ 5.4. Participació en la gestió i control dels equips de treball de camp.
- ☐ 6. Activitats formatives de referència relacionades amb les polítiques de màrqueting.
 - ☐ 6.1. Seguiment i control de les polítiques de màrqueting.
 - ☐ 6.2. Utilització d'aplicacions i sistemes d'informació (SIM, CRM, entre altres).
 - ☐ 6.3. Participació en la planificació i gestió del màrqueting digital.
 - ☐ 6.4. Gestió de la pàgina web i altres espais digitals de promoció i venda en línia.
- ☐ 7. Activitats formatives de referència relacionades amb les relacions públiques.
 - ☐ 7.1. Selecció de les tècniques i instruments de les relacions públiques segons el pla de màrqueting.
 - ☐ 7.2. Participació en l'organització d'esdeveniments.
 - ☐ 7.3. Determinació de les normes de protocol en la celebració d'esdeveniments.
 - ☐ 7.4. Elaboració d'informes amb l'avaluació de les activitats de relacions públiques.

Per tal que així consti, s'estén aquest pla d'activitats i el signen les parts interessades.

1. Pel centre

2. Per l'Empresa/entitat col·laboradora