

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA UNIDAD FORMATIVA

UNIDAD FORMATIVA	CONTROL Y SEGUIMIENTO DE POLÍTICAS DE MARKETING.	DURACIÓN	30
		Condicionada	
Código	UF2393		
Familia profesional	COMERCIO Y MARKETING		
Área Profesional	Marketing y Relaciones Públicas		
Certificado de profesionalidad	GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN	Nivel	3
Módulo formativo	Políticas de Marketing	Duración	100
Resto de unidades formativas que completan el módulo	Plan de marketing empresarial.		70

Apartado A: REFERENTE DE COMPETENCIA

Esta unidad formativa se corresponde con la RP6.

Apartado B: ESPECIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES Y CONTENIDOS

Capacidades y criterios de evaluación:

C1: Aplicar sistemas de control y seguimiento de las variables y acciones previstas en distintos tipos de planes de marketing.

CE1.1 Identificar las fases de la planificación de marketing y el objetivo de control y seguimiento de su desarrollo.

CE1.2 Argumentar la necesidad de control y seguimiento de las decisiones y acciones del plan de marketing para la mejora continua y eficiencia del plan de marketing.

CE1.3 Distinguir los ratios de control utilizados habitualmente para medir la eficacia de las decisiones e impacto de un plan de marketing.

CE1.4 A partir de unos datos de evolución de las ventas por producto, precios y acciones promocionales realizadas:

- Calcular los ratios de control habituales de las acciones de marketing utilizando herramientas de cálculo y hojas de cálculo.
- Elaborar un informe presentando los resultados y ratios obtenidos y extrayendo conclusiones sobre las desviaciones ocurridas.

Contenidos:

1. Ejecución e implantación del plan de marketing.

- Fases del plan de marketing
 - Diseño
 - Implementación
 - Control
 - Mejora continua
- Negociación del plan de marketing en la empresa.
 - Formulación de la estrategia de marketing
 - Definición de objetivos
 - Modelos de organización empresarial e implantación del plan
- Recursos económicos para el plan de marketing.
 - El presupuesto del plan de marketing
 - Cálculo de desviaciones de gastos

2. Seguimiento y control del plan de marketing.

- Técnicas de seguimiento y control de las políticas de marketing.
 - Control del plan anual
 - Control de rentabilidad
 - Control de eficiencia
 - Control estratégico
- Ratios de control del plan de marketing.
 - Beneficios
 - Rentabilidad y participación en el mercado

- Análisis de retorno del plan de marketing.
 - Criterios a considerar
- Elaboración de informes de seguimiento.

Apartado C: **REQUISITOS Y CONDICIONES**

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Estar en posesión del título de Bachiller
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 3.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado superior o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado superior.
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años
- Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación

En relación con las exigencias de los formadores o de las formadoras, instalaciones y equipamientos se atenderá las exigencias solicitadas para el propio certificado de profesionalidad.