

PLA D'ACTIVITATS MÀRQUETING I PUBLICITAT

Marca amb una "X" les principals activitats que l'alumne/a durà a terme durant la seva estada a l'empresa, valorant que siguin variades.

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.
	3.4. 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.
	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.