ICUFOR
Cursos de Formación Permanente Universitaria

Curso de Formación Permanente

Docencia en el Ciclo de Marketing y Publicidad: Políticas de Marketing, Medios y Lanzamiento de Productos

6 ECTS | 150 horas | Online, a tu ritmo

Formación acreditada por
Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ



Acerca de ICUFOR

ICUFOR es un centro privado de formación online, Centro Acreditado y Autorizado por la Universidad EUNEIZ de Vitoria-Gasteiz. Diseñamos e impartimos Cursos de Formación Permanente universitarios, pensados para la actualización y la especialización de profesionales en activo.

Nuestros cursos se estudian a tu ritmo en un campus virtual propio y terminan con el diploma de la Universidad EUNEIZ y con certificados de ICUFOR verificables.

Centro acreditado
Universidad EUNEIZ

100 % online
Campus virtual propio

Equipo docente
Disponible todo el curso



Metodología de estudio

Campus virtual propio
Estudias desde cualquier lugar y dispositivo, sin horarios.

Aprendizaje autónomo, pero acompañado
Tú marcas el ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

Contenido del curso en PDF
El material principal, para estudiarlo a fondo, tema a tema.

Abstract de cada tema
Su síntesis, para situarte al empezar y repasar al final.

Presentación con los aspectos clave
Lo esencial de cada bloque, para jerarquizar y fijar.

Cuestionarios de evaluación
De respuesta múltiple, uno por tema.



Campus virtual

Mis cursos
Tu progreso y el siguiente tema por estudiar

Materiales
Contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave

Cuestionarios de evaluación
Tu nota y la revisión de tus respuestas

Equipo docente
Consulta por escrito, chat y asesor de IA a cualquier hora

Secretaría
Certificados en PDF con código de verificación

Pagos y facturas
Descarga de facturas en PDF



Presentación del programa



Curso de Formación Permanente en Docencia en el Ciclo de Marketing y Publicidad: Políticas de Marketing, Medios y Lanzamiento de Productos de ICUFOR está diseñado para profesionales que desean especializarse en la enseñanza de una de las disciplinas más dinámicas del entorno empresarial actual. El marketing y la publicidad constituyen áreas estratégicas que demandan docentes con conocimientos actualizados y capacidad para trasladar la realidad profesional al aula de formación profesional.

A través de este programa, profundizarás en los fundamentos estratégicos del marketing mix, abarcando desde la política de producto y fijación de precios hasta la gestión de canales de distribución y comunicación comercial. Dominarás la planificación de medios publicitarios convencionales y digitales, así como las estrategias integrales para el lanzamiento de productos al mercado.

Duración
150 horas

Créditos
6 Créditos ECTS

Metodología
Online

Matriculación
Permanente

Objetivos del curso

Conocer el marco normativo y el perfil profesional del ciclo formativo de grado superior en Marketing y Publicidad, identificando los módulos, competencias y resultados de aprendizaje establecidos en el currículo oficial.

Dominar las políticas de producto, precio, distribución y comunicación del marketing mix, diferenciando sus estrategias, métodos de gestión y herramientas de aplicación profesional.

Diseñar estrategias integrales de lanzamiento de productos al mercado, coordinando las variables del marketing mix y las acciones de comunicación en todas sus fases.

Elaborar programaciones didácticas y situaciones de aprendizaje para los módulos de marketing y publicidad, aplicando metodologías activas y recursos adecuados al contexto de la formación profesional.

Comprender los fundamentos estratégicos del marketing, analizando la evolución del concepto, la estructura del plan de marketing y los procesos de segmentación, targeting y posicionamiento.

Analizar el sistema de medios publicitarios convencionales y digitales, aplicando técnicas de planificación, compra de espacios y evaluación de la eficacia publicitaria.

Incorporar las herramientas del marketing digital y los nuevos entornos tecnológicos a la estrategia comercial, utilizando canales digitales, analítica de datos y tendencias emergentes.

Desarrollar sistemas de evaluación del aprendizaje y de mejora continua de la práctica docente, utilizando instrumentos, criterios y procedimientos coherentes con las competencias profesionales del título.

Temario

01 Marco normativo y contextualización del ciclo formativo de grado superior en Marketing y Publicidad

1.1. Estructura del sistema de formación profesional en España y su regulación normativa vigente
1.2. El ciclo formativo de grado superior en Marketing y Publicidad: perfil profesional y competencias asociadas
1.3. Módulos profesionales relacionados con políticas de marketing, medios publicitarios y lanzamiento de productos
1.4. El perfil del docente especializado en marketing y publicidad dentro de la formación profesional

02 Fundamentos estratégicos del marketing y configuración de las políticas del marketing mix

2.1. Concepto y evolución del marketing: del enfoque transaccional al marketing relacional y holístico
2.2. Orientaciones empresariales históricas y su impacto en la gestión de marketing
2.3. El plan de marketing como instrumento central de planificación estratégica comercial
2.4. El marketing mix como marco operativo: las variables comerciales y su interrelación estratégica
2.5. Segmentación de mercados, selección del público objetivo y estrategias de posicionamiento
2.6. Investigación comercial como soporte para la toma de decisiones en las políticas de marketing

Temario

03 Política de producto: diseño, gestión del portafolio y ciclo de vida del producto

3.1. El producto como variable estratégica del marketing mix: concepto, naturaleza y dimensiones
3.2. Atributos tangibles e intangibles del producto: marca, envase, etiquetado y diseño
3.3. Gestión estratégica del portafolio de productos: matrices de análisis y decisiones de cartera
3.4. El ciclo de vida del producto: fases, características del mercado y estrategias de marketing asociadas
3.5. Desarrollo de nuevos productos: del proceso de ideación al concepto comercial viable
3.6. Gestión de servicios y productos intangibles: particularidades del marketing de servicios

04 Política de precios: estrategias, métodos de fijación y gestión comercial del precio

4.1. El precio como variable del marketing mix: naturaleza, importancia estratégica y factores condicionantes
4.2. Métodos de fijación de precios basados en costes, en la demanda y en la competencia
4.3. Estrategias de precios para nuevos productos y para productos existentes en el mercado
4.4. Políticas de descuentos, bonificaciones y condiciones de pago en la gestión comercial
4.5. Marco legal y ético en la fijación de precios: regulación vigente y prácticas comerciales responsables

Temario

05 Política de distribución: canales comerciales, logística y estrategias de cobertura del mercado

5.1. La distribución comercial: concepto, funciones y flujos dentro del canal de distribución
5.2. Estructura y tipología de los canales de distribución comercial
5.3. Estrategias de distribución según cobertura de mercado: intensiva, selectiva y exclusiva
5.4. La distribución minorista y mayorista: formatos comerciales y evolución del sector
5.5. Trade marketing y gestión estratégica de las relaciones con los intermediarios del canal
5.6. Logística comercial y gestión de la cadena de suministro orientada a la estrategia de marketing

Temario

06 Política de comunicación comercial y fundamentos de la actividad publicitaria

6.1. La comunicación integrada de marketing: concepto, principios rectores y herramientas del mix de comunicación
6.2. La publicidad como instrumento principal de comunicación comercial
6.3. Promoción de ventas: técnicas dirigidas al consumidor, al canal de distribución y a la fuerza de ventas
6.4. Relaciones públicas y comunicación corporativa integradas en la estrategia de marketing
6.5. Marketing directo y venta personal como herramientas de comunicación personalizada
6.6. Marketing de eventos y marketing experiencial aplicados a la estrategia comercial
6.7. Regulación legal y marcos de autorregulación de la actividad publicitaria y promocional en España

Temario

07 Planificación y gestión de medios publicitarios convencionales y digitales

7.1. El sistema de medios publicitarios: estructura, tipología y características diferenciales
7.2. Audiencias y medición de medios: fuentes de información, métricas e indicadores clave de rendimiento
7.3. El proceso de planificación de medios: etapas, agentes implicados y documentación profesional
7.4. Estrategia de medios: definición de objetivos, determinación del presupuesto y criterios de planificación
7.5. Evaluación de la eficacia del plan de medios: control de resultados y análisis del retorno
7.6. La compra programática y la automatización en la gestión de medios publicitarios
7.7. Tendencias actuales en planificación de medios: convergencia mediática, cross-media y data-driven marketing

Temario

08 Estrategias y gestión integral del lanzamiento de productos al mercado

8.1. El lanzamiento de productos como proceso estratégico: fases, agentes implicados y decisiones clave
8.2. Investigación y análisis previos al lanzamiento: evaluación de la viabilidad comercial
8.3. Diseño del plan de lanzamiento: definición de objetivos, estrategia y mix de acciones comerciales
8.4. Estrategias de comunicación y planificación de medios específicas para lanzamientos de producto
8.5. Gestión del calendario, control presupuestario y coordinación interdepartamental del lanzamiento
8.6. Seguimiento del lanzamiento, medición de resultados comerciales y ajustes estratégicos post-lanzamiento
8.7. Análisis de casos de lanzamiento de productos: factores de éxito y causas de fracaso

Temario

09 Marketing digital y nuevos entornos tecnológicos aplicados a la estrategia de marketing y publicidad

9.1. Transformación digital del marketing: impacto en las políticas comerciales y en el ecosistema de medios
9.2. Estrategias de marketing de contenidos y posicionamiento en buscadores (SEO y SEM)
9.3. Redes sociales como canal estratégico de comunicación, distribución y relación con el cliente
9.4. Email marketing, automatización de procesos y estrategias de marketing relacional digital
9.5. Analítica digital y toma de decisiones basada en datos: KPIs, dashboards y herramientas de análisis
9.6. Tendencias emergentes: inteligencia artificial aplicada al marketing, marketing de influencers y nuevos formatos publicitarios

Temario

10 Planificación didáctica y diseño de situaciones de aprendizaje en los módulos de marketing y publicidad

10.1. Fundamentos de la planificación didáctica en el contexto de la formación profesional
10.2. Diseño de situaciones de aprendizaje y unidades de trabajo para los módulos del ciclo formativo
10.3. Metodologías activas aplicadas a la enseñanza del marketing y la publicidad en formación profesional
10.4. Recursos y materiales didácticos para la docencia en los módulos de marketing y publicidad
10.5. Integración de las tecnologías de la información y la comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje
10.6. Atención a la diversidad y aplicación del diseño universal del aprendizaje en el aula de marketing y publicidad

Temario

11 Evaluación del aprendizaje y mejora continua de la práctica docente en el ciclo de Marketing y Publicidad

11.1. Marco conceptual de la evaluación en formación profesional: principios, funciones y modalidades evaluativas
11.2. Diseño del sistema de evaluación del aprendizaje: criterios, instrumentos y procedimientos de calificación
11.3. La evaluación formativa y la retroalimentación continua como herramientas de mejora del proceso de aprendizaje
11.4. Evaluación de la práctica docente propia y procesos de mejora continua de la programación didáctica
11.5. La formación en centros de trabajo (FCT) y las estrategias de colaboración con empresas del sector del marketing y la publicidad

Titulación y certificados

Diploma de la Universidad EUNEIZ

Al aprobar todos los cuestionarios de evaluación recibes el **diploma en formato digital** de Curso de Formación Permanente, con sus 6 créditos ECTS y 150 horas.

Certificados de ICUFOR

Se descargan en PDF desde la Secretaría del campus, con un código único y QR para verificarlos.



Proceso de matriculación

1 **Pulsa «Matricularme» en la ficha del curso**
Completa tus datos personales y de facturación.

2 **Elige la forma de pago**
Tarjeta, PayPal o transferencia bancaria.

3 **Entra en el campus y empieza**
Recibes por correo tus datos de acceso y, en cuanto se confirma el pago, tienes el temario completo. La matrícula está abierta todo el año.

Matricúlate | Más información



Métodos de pago

Pago único
El precio se abona una sola vez, sin cuotas ni renovaciones.

Seguridad
Pago online en la pasarela de Stripe o de PayPal.

Flexibilidad
Tarjeta de crédito o débito, PayPal o transferencia.

Acceso inmediato
Con tarjeta o PayPal, el campus se activa al momento.

Simplicidad
Matrícula y pago en dos pasos.

Facturación
Facturas en «Pagos y facturas» del campus.



¿Por qué elegir ICUFOR?

01

Formación accesible

Formación universitaria rigurosa y acreditada, íntegramente online y compatible con tu trabajo.

02

Calidad universitaria

Cada curso está acreditado por la Universidad EUNEIZ, con su memoria académica y sus créditos ECTS.

03

Impulso a tu carrera

Contenidos de utilidad práctica y una titulación que suma en méritos, concursos y bolsas de empleo.

04

Especialización

Cada curso trata una única temática a fondo: combínalos y construye tu propio itinerario.

05

Atención de calidad

Consultas al equipo docente por escrito o por chat, y un asesor de IA a cualquier hora.

¿Por qué elegir ICUFOR?

06

Contenidos actualizados

Los cursos se revisan periódicamente para incorporar las novedades de cada ámbito.

07

El curso, por escrito

Cada tema en tres formatos: contenido en PDF, Abstract y presentación con los aspectos clave.

08

Autónomo, pero acompañado

Tú decides tu ritmo y nuestro equipo de docentes resuelve tus dudas y orienta tu estudio.

09

Enseñanza adaptada

Sin horarios ni conexiones obligatorias: seis meses para terminar, ampliables si lo necesitas.

10

Estudio sencillo e intuitivo

Un campus virtual propio, sin instalar nada y accesible desde cualquier dispositivo.

¿Necesitas más información?

Te contamos cómo funciona el curso, los plazos y la titulación, sin compromiso.

www.icufor.com

info@icufor.com

+34 858 895 080

+34 746 044 519

Formación acreditada por Universidad de Vitoria-Gasteiz EUNEIZ

