



INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



CEDEU CENTRO
DE ESTUDIOS
UNIVERSITARIOS

centro universitario adscrito a:
 Universidad
Rey Juan Carlos

MEMORIA ACADÉMICA

Técnico Superior en Gestión de Marketing y
Comunicación Empresarial



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



1. Identificación del título

Denominación: Técnico Superior en gestión de marketing y comunicación empresarial

Tipo de título: Título de Tecnificación

Área de conocimiento: Comunicación e Imagen

Modalidad: Mixto: Presencial/Online

Idioma: Bilingüe ES/EN

Duración: 1157.0 horas

Créditos ECTS: 39



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



2. Justificación académica y profesional

Justificación académica y profesional del programa

El ecosistema del marketing y la comunicación empresarial atraviesa una transformación sostenida por la digitalización, la omnicanalidad, la gestión basada en datos y la exigencia de una comunicación corporativa coherente, medible y respetuosa con el marco regulatorio vigente. En este contexto, las organizaciones —tanto públicas como privadas— requieren perfiles técnicos capaces de integrar investigación de mercados, ejecución de planes de marketing-mix, gestión de eventos, planificación de medios y producción de materiales comunicativos, articulando dichas funciones con herramientas digitales, analítica avanzada y competencias comunicativas bilingües. La presión competitiva, la economía de la atención y la aceleración tecnológica (automatización, inteligencia artificial generativa, nuevas narrativas inmersivas) refuerzan la necesidad de profesionales con una base metodológica sólida y un dominio operativo de las plataformas y flujos de trabajo que hoy sustentan la actividad del sector.

El Título de Tecnificación “Técnico Superior en gestión de marketing y comunicación empresarial” responde a esta necesidad formativa con un itinerario integral y secuenciado que abarca desde la obtención y análisis de información de mercados hasta la implantación y evaluación de acciones de marketing y comunicación, incluyendo la organización de eventos y el control del plan de medios. La inclusión de módulos específicos en competencias digitales aplicadas, performance marketing, automatización y uso responsable de la IA generativa garantiza la actualización permanente frente al estado del arte. Del mismo modo, la formación en elaboración de materiales autoeditables y en inglés profesional para actividades comerciales habilita al egresado para operar con solvencia en entornos bilingües y multiculturales, en línea con la creciente internacionalización de los flujos comerciales y de comunicación.

La empleabilidad se ve reforzada por la orientación técnica y polivalente del programa, estrechamente vinculada con las salidas profesionales previstas: técnicos en marketing, publicidad y relaciones públicas, organización de ferias y eventos, asistencia al jefe de





producto, auxiliares de medios en agencias y control de emisiones en medios de comunicación. El perfil de egreso contempla la inserción laboral por cuenta propia o ajena en departamentos corporativos de marketing, comunicación y gabinetes de prensa, así como en agencias, centrales de medios y empresas del ámbito ferial. La estructura competencial permite al titulado asumir funciones de soporte avanzado y coordinación operativa, aportar criterios de análisis y optimización (presupuestaria, de audiencias y de retorno) y evolucionar hacia posiciones de mayor responsabilidad mediante la experiencia y el aprendizaje continuo.

La orientación práctica y profesionalizante se evidencia en el diseño metodológico del programa: actividades de simulación de campo en investigación de mercados; role-playing de argumentación y negociación comercial; planificación y ejecución técnica de acciones en el punto de venta; diseño completo de eventos con estimación presupuestaria y evaluación de ROI; confección de planes de medios con métricas estándar de la industria; producción de materiales gráficos y contenidos web siguiendo pautas de identidad corporativa; y configuración de embudos automatizados, auditorías de cuentas publicitarias y ejercicios de optimización en entornos reales o simulados. El Trabajo Final Aplicado integra transversalmente estos aprendizajes en un proyecto defendido ante evaluación formal, fortaleciendo la capacidad del egresado para estructurar propuestas viables y comunicarlas con rigor. A ello se suma el Módulo de prácticas profesionales no laborales, que facilita el contraste en contexto real de las competencias adquiridas y promueve la vinculación con el tejido empresarial.

La modalidad mixta (presencial/online) favorece la accesibilidad y la continuidad formativa, a la vez que desarrolla destrezas de colaboración digital y gestión de proyectos en entornos distribuidos, habituales en la práctica actual del sector. La impartición bilingüe (ES/EN) y la formación específica en inglés comercial consolidan la capacidad del egresado para interactuar con proveedores, clientes y medios internacionales, ampliando su horizonte profesional.

En suma, la propuesta formativa se alinea con el área de Comunicación e Imagen y con la naturaleza de un Título de Tecnificación, ofreciendo un recorrido de 1157 horas orientado





INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



a resultados, pertinente para la inserción laboral inmediata y sólido para la progresión profesional futura. El programa actúa como puente eficaz entre el conocimiento académico aplicado y las exigencias operativas del mercado, contribuyendo a la competitividad y a la calidad de la función de marketing y comunicación en las organizaciones.



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



3. Objetivos del programa

Objetivo general

Formar profesionales capaces de asistir y ejecutar, con rigor técnico y responsabilidad ética, la definición, organización, difusión y supervisión de acciones promocionales, eventos, planes de marketing y comunicación, así como el control del plan de medios, para lanzar y sostener productos, servicios y marcas, reforzando la imagen corporativa mediante el uso competente de metodologías de análisis, herramientas digitales e innovadoras, y la comunicación profesional en español e inglés.

Objetivos específicos

- Obtener, organizar y analizar información de mercados mediante técnicas cualitativas y cuantitativas, alimentando un Sistema de Información de Mercados (SIM) y elaborando informes estadísticos con indicadores de segmentación, tendencia y correlación que sustenten la toma de decisiones.
- Colaborar en la formulación del plan de marketing-mix empresarial elaborando diagnósticos internos y externos (p. ej., DAFO y portafolio), definiendo objetivos operativos, calculando márgenes, umbral de rentabilidad y desviaciones presupuestarias, y produciendo briefings completos y operativos para proveedores y agencias.
- Diseñar e implantar planes de lanzamiento en el punto de venta aplicando criterios de trade marketing y merchandising (surtidos, planogramas y PLV), construyendo argumentarios de venta multicanal, capacitando a la fuerza comercial y midiendo resultados mediante indicadores de conversión y ticket medio.
- Planificar, organizar y evaluar eventos promocionales e institucionales estableciendo cronogramas, presupuestos y contratos con proveedores, aplicando normas de protocolo y atención al público, y midiendo su eficacia mediante encuestas y análisis de retorno de la inversión (ROI).
- Asistir en la organización y control del plan de medios on y offline definiendo objetivos de cobertura y frecuencia, configurando un mix de medios y un calendario de inserciones, supervisando la ejecución, y reportando resultados mediante métricas (GRPs, CPM, ROI) y press-clipping.
- Producir materiales de marketing y comunicación autoeditables (folletos, cartelería y





contenidos web/blog) ajustados al manual de identidad corporativa, estructurados con criterios de composición y tipografía, maquetados con HTML básico cuando proceda, y optimizados con prácticas SEO on page en entornos CMS.

- Implementar competencias digitales aplicadas al marketing configurando CRM y flujos de automatización, gestionando campañas de performance en plataformas relevantes, definiendo eventos y embudos de conversión, analizando métricas clave (p. ej., CPA y ROAS) y utilizando IA generativa para la creación de contenidos y el apoyo analítico con garantías de privacidad.
- Identificar y evaluar tecnologías y formatos emergentes (RA/RV, interfaces de voz, live shopping y marketing de influencia), y aplicar metodologías ágiles de innovación (Design Thinking, Lean Marketing y marcos Agile) para prototipar, testear y documentar soluciones de comunicación con criterios de validación y aprendizaje.
- Comunicarse con solvencia en inglés en contextos comerciales habituales (negociación de ofertas, atención a clientes y gestión de incidencias), elaborando documentación formal y realizando interacciones orales y escritas acordes con un nivel B1+.
- Integrar y transferir los aprendizajes en un proyecto final aplicable que articule investigación de mercados, políticas de marketing, plan de medios, materiales y control presupuestario, defendiendo públicamente la propuesta con soportes visuales profesionales, y demostrando su aplicabilidad en contextos reales durante el periodo de prácticas.





INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



4. Perfil de ingreso

Superación de las pruebas de acceso específicas



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



5. Perfil de egreso

Perfil de egreso

La persona egresada del Título de Tecnificación en Técnico Superior en gestión de marketing y comunicación empresarial dispone de una formación aplicada para asistir y ejecutar, con criterio técnico y autonomía progresiva, procesos de investigación de mercados, planificación y control del marketing-mix, comunicación corporativa, gestión de eventos y activación de medios, en entornos presenciales y digitales, y en español e inglés. Sus competencias se orientan al desempeño eficaz en departamentos de marketing y comunicación, gabinetes de prensa, agencias y empresas del sector.

Capacidades profesionales finales:

- Análisis e inteligencia de mercados: recopilación, organización, tabulación y análisis estadístico de información comercial; diseño de cuestionarios y muestreos; elaboración de informes claros para la toma de decisiones.
- Soporte al plan de marketing y comunicación: colaboración en la formulación y seguimiento del marketing-mix; redacción de briefings; cálculo de márgenes, umbral de rentabilidad y control presupuestario; seguimiento de indicadores y elaboración de reportes.
- Trade marketing y ventas: implantación de acciones promocionales en punto de venta; uso de planogramas y criterios de surtido; elaboración de argumentarios de ventas y capacitación de redes comerciales; gestión de objeciones.
- Gestión de eventos y protocolo: planificación, organización y evaluación de eventos promocionales e institucionales; coordinación de proveedores y presupuestos; aplicación de normas básicas de protocolo; medición de resultados y ROI.
- Planificación y control de medios: asistencia en la definición de mix de medios on/off; gestión logística de contratación y supervisión de inserciones; manejo de métricas de audiencia (cobertura, frecuencia, GRPs, CPM) y elaboración de press-clipping.
- Producción de materiales y contenidos: diseño de piezas autoeditables (folletos, cartelería) conforme a identidad corporativa; gestión de contenidos en CMS; nociones de HTML y SEO orientado a contenidos.





- Competencias digitales avanzadas: uso de CRM y automatización (workflows, lead scoring y nurturing); configuración y optimización de campañas en plataformas publicitarias digitales; lectura crítica de métricas de performance y toma de decisiones basada en datos; aplicación responsable de IA generativa para ideación, análisis y productividad, con especial atención a la privacidad.
- Innovación y metodologías ágiles: integración de tendencias (RA/RV, formatos inmersivos, live shopping, economía de creadores); aplicación de Design Thinking, Lean Marketing y marcos Agile en proyectos de comunicación.
- Comunicación profesional bilingüe (ES/EN): interacción oral y escrita en contextos comerciales, de negociación y atención a clientes y proveedores; redacción de documentación corporativa formal.
- Gestión de proyectos y trabajo colaborativo: estructuración de planes integrales, cronogramas y presupuestos; presentación y defensa de propuestas ante comités; coordinación con equipos multidisciplinares y agentes externos; adaptación a entornos híbridos presencial/online, pensamiento crítico y ética profesional.

Estas competencias permiten desempeñar funciones técnicas en marketing, comunicación y medios, contribuyendo a la ejecución, seguimiento y evaluación de iniciativas que fortalecen productos, servicios y marcas de acuerdo con los objetivos de la organización.





INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



6. Salidas profesionales

- Técnicos superiores en publicidad y/o relaciones públicas.
- Técnicos en organización de ferias y eventos.
- Organizador de eventos de marketing y comunicación.
- Asistentes del Jefe de Producto.
- Técnicos en Marketing.
- Auxiliares de medios en empresas de publicidad.
- Controladores de cursaje o emisión en medios de comunicación.



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



7. Competencias



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



Competencias

Competencias generales

- Analizar el entorno competitivo, los públicos y las tendencias del mercado para fundamentar decisiones de marketing y comunicación.
- Diseñar y apoyar la implantación de planes integrados de marketing y comunicación orientados a objetivos, resultados y reputación corporativa.
- Planificar y coordinar acciones promocionales y eventos coherentes con la estrategia, los presupuestos y los indicadores de desempeño definidos.
- Gestionar la presencia de la organización en medios y canales on/offline, supervisando la correcta ejecución y el rendimiento de las acciones.
- Producir y adaptar contenidos y materiales de comunicación acordes con la identidad e imagen corporativa.
- Integrar herramientas digitales, automatización y analítica para optimizar la eficacia de campañas y procesos.
- Comunicar con solvencia profesional en español e inglés en contextos habituales del ámbito comercial y de la comunicación.
- Elaborar, presentar y defender proyectos integrales de marketing y comunicación ante audiencias técnicas y directivas.
- Aplicar criterios éticos, de calidad y de protección de datos en todas las actuaciones, reforzando la imagen y la coherencia institucional.

Competencias específicas

- Levantar, depurar y analizar información de mercado mediante técnicas cualitativas y cuantitativas, aplicando estadística básica e inferencial para elaborar informes ejecutivos.
- Estructurar y documentar briefings para agencias y proveedores, alineándolos con objetivos y posicionamiento de marca.
- Colaborar en la formulación del marketing-mix y en el seguimiento presupuestario, calculando márgenes, umbral de rentabilidad y desviaciones.
- Diseñar argumentarios de venta multicanal y capacitar a equipos comerciales para su aplicación efectiva, gestionando objeciones con solvencia.
- Planificar y ejecutar acciones en el punto de venta y de trade marketing, optimizando





surtidos, implantación y experiencia de cliente.

- Organizar y dirigir eventos promocionales e institucionales, gestionando recursos, proveedores y protocolo, y evaluando su impacto y retorno.
- Elaborar y gestionar planes de medios multicanal, contratar inserciones y verificar su correcta difusión, utilizando métricas de cobertura, frecuencia y eficacia.
- Monitorizar la presencia mediática de la organización y de la competencia, generando informes de seguimiento y press-clipping.
- Diseñar y maquetar materiales autoeditables y contenidos digitales, aplicando principios de composición, tipografía y color, y publicando en entornos CMS con criterios SEO básicos.
- Redactar correspondencia comercial y documentación técnica en inglés y gestionar interacciones orales en contextos de negociación y atención al cliente en entornos multiculturales.
- Configurar y optimizar campañas de publicidad digital orientadas al rendimiento, definiendo objetivos de conversión, trazabilidad de eventos y cuadros de mando.
- Implementar flujos de trabajo en CRM y automatización de marketing para la captación, cualificación y nutrición de leads.
- Aplicar técnicas de inteligencia artificial generativa para la ideación de contenidos, el análisis de datos y la mejora de la productividad, preservando la confidencialidad y la privacidad.
- Explorar, prototipar e integrar formatos y tecnologías emergentes (experiencias inmersivas, live formats, influencia digital) en estrategias de comunicación.
- Emplear metodologías ágiles y de diseño centrado en la persona (Design Thinking, Lean, marcos Agile) para iterar soluciones de marketing y comunicación.
- Integrar de forma coherente las áreas funcionales del marketing y la comunicación en un proyecto viable con alcance, cronograma y justificación económico-financiera.
- Desempeñar prácticas en entornos profesionales aplicando los aprendizajes del programa y evidenciando adaptación a procedimientos y estándares de la organización.

Competencias transversales

- Comunicar con claridad, precisión y rigor, de forma oral y escrita, en español e inglés, adecuando el registro al interlocutor y al contexto.



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)



- Trabajar de manera colaborativa en equipos multidisciplinares, asumiendo roles, responsabilidades y objetivos compartidos.
- Gestionar proyectos y priorizar tareas para cumplir plazos en entornos presenciales y virtuales.
- Pensar de forma crítica y analítica, interpretar datos y resolver problemas complejos con base en la evidencia.
- Negociar y gestionar relaciones con clientes y proveedores, orientando las interacciones a la creación de valor mutuo.
- Adaptarse al cambio, aprender de manera autónoma y actualizar conocimientos ante la evolución tecnológica y del mercado.
- Actuar con integridad, respeto a la diversidad, responsabilidad social y sostenibilidad en el ejercicio profesional.
- Utilizar de manera avanzada herramientas digitales colaborativas y de productividad, garantizando la seguridad y la trazabilidad de la información.
- Asegurar la calidad del trabajo mediante procedimientos de control, evaluación y mejora continua.
- Presentar y defender propuestas ante audiencias diversas, gestionando preguntas, objeciones y dinámicas de debate con solvencia.
- Gestionar el tiempo y la carga de trabajo bajo presión, manteniendo la atención al detalle y la orientación a resultados.





8. Resultados de aprendizaje

Al finalizar el Título de Tecnificación, el estudiantado será capaz de:

- Aplicar metodologías cualitativas y cuantitativas de investigación de mercados para elaborar informes estadísticos claros, utilizando software de análisis y verificando la validez muestral y la fiabilidad de los datos.
- Analizar el macro y microentorno competitivo mediante herramientas como DAFO, BCG y ciclo de vida del producto, para diagnosticar oportunidades, riesgos y posicionamiento de marcas y líneas de negocio.
- Elaborar briefings publicitarios y colaborar en el plan de marketing-mix, calculando márgenes, precios, punto muerto y presupuestos, y verificando desviaciones respecto a los objetivos establecidos.
- Ejecutar acciones de trade marketing y merchandising en el punto de venta, diseñando planogramas y argumentarios de venta, y verificando su impacto en indicadores de rotación, ticket medio y conversión.
- Planificar, ejecutar y evaluar eventos promocionales, institucionales o feriales, coordinando proveedores y protocolo, y analizando su retorno (ROI) y la satisfacción de las personas participantes.
- Organizar y controlar la contratación y el seguimiento del plan de medios on/offline, calculando cobertura, frecuencia, GRPs, CPM y ROI, y verificando la correcta emisión de inserciones y el press-clipping resultante.
- Elaborar materiales autoeditables de marketing y comunicación (folletos, cartelería y contenidos web) respetando la identidad visual corporativa, aplicando principios de composición y tipografía, y optimizando contenidos con criterios básicos de SEO y accesibilidad.
- Aplicar comunicación profesional en lengua inglesa (nivel B1+), oral y escrita, para negociar ofertas, atender a clientes y gestionar correspondencia y reclamaciones en contextos comerciales internacionales.
- Aplicar herramientas MarTech (CRM y automatización) para configurar embudos, lead scoring y lead nurturing, ejecutando workflows y resolviendo incidencias de cualificación y traspaso a ventas conforme a criterios de protección de datos.



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)



INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



- Ejecutar y optimizar campañas de publicidad digital orientadas a resultados, analizando métricas en tiempo real (CTR, CPC, CPA, ROAS) y aplicando mejoras basadas en evidencia para la toma de decisiones.
- Aplicar técnicas de prompt engineering e inteligencia artificial generativa para ideación de copys, apoyo al análisis de datos y optimización de flujos de trabajo, verificando la calidad, trazabilidad y ausencia de sesgos o vulneraciones de confidencialidad.
- Analizar tendencias y tecnologías emergentes (RA/RV, live shopping, marketing de influencia) y ejecutar metodologías ágiles de innovación (Design Thinking, Lean, Scrum/Kanban) para resolver desafíos de experiencia de cliente y reputación de marca.
- Elaborar, presentar y defender un proyecto integral de marketing y comunicación alineado con objetivos organizacionales, diagnosticando necesidades, definiendo alcance, cronograma y viabilidad económico-financiera, y evaluando resultados mediante indicadores de desempeño.
- Aplicar de forma autónoma y ética las competencias adquiridas en contextos profesionales reales, resolviendo problemas operativos de marketing y comunicación y reportando avances y aprendizajes con evidencia documental.



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



9. Metodología docente

Metodología docente

Modelo metodológico

La metodología se articula en torno a un enfoque por competencias, de carácter aplicado y centrado en el estudiante, orientado a la resolución de problemas reales del ámbito de la Comunicación e Imagen en contextos de marketing y gestión de medios. El diseño didáctico integra la adquisición progresiva de conocimientos con el desarrollo de habilidades técnicas y transversales (análisis crítico, trabajo en equipo, comunicación bilingüe y uso avanzado de herramientas digitales), mediante estrategias activas: aprendizaje basado en proyectos, estudio de casos, simulaciones y role-playing, laboratorios digitales y talleres de prototipado. La planificación de cada módulo se alinea con sus objetivos específicos y con el objetivo general del programa, promoviendo la transferencia de lo aprendido a situaciones profesionales de definición, ejecución y evaluación de acciones de marketing y comunicación.

Adaptación a la modalidad mixta (presencial/online)

El programa se desarrolla en modalidad mixta, garantizando la equivalencia pedagógica entre experiencias presenciales y virtuales. La docencia presencial se focaliza en talleres prácticos, laboratorios de software, dinámicas de negociación y presentaciones orales, así como en actividades de evaluación de desempeño. La docencia online se organiza en el campus virtual institucional, que actúa como entorno de aprendizaje y seguimiento: alojamiento de guías docentes, materiales multimedia, repositorios de plantillas y datasets, foros de discusión, cuestionarios de autocomprobación, espacios de entrega y retroalimentación, y aulas virtuales para sesiones síncronas por videoconferencia. El trabajo asíncrono se estructura con microtarefas y hitos de proyecto, mientras que las sesiones síncronas se dedican a resolución de dudas, análisis de casos y debates guiados. Se emplearán recursos digitales propios del ecosistema MarTech (hojas de cálculo, softwares de autoedición y vectoriales, CMS, herramientas de analítica y campañas, CRM y flujos automatizados), garantizando el acceso y el soporte técnico necesarios.





Integración de aprendizaje aplicado y actividades prácticas

La programación didáctica prioriza la práctica guiada y la aplicación contextualizada:

- En investigación de mercados, el estudiantado diseña instrumentos de recogida de información, realiza muestreos y procesa datos con herramientas estadísticas básicas, elaborando informes profesionales.
- En políticas de marketing y lanzamiento, se desarrollan briefings, se formulan políticas de marketing-mix y se ensayan decisiones de pricing y trade marketing en escenarios simulados.
- En gestión de eventos, se planifican cronogramas, presupuestos y protocolos, con ejercicios de negociación con proveedores y análisis de ROI.
- En plan de medios, se trabajan métricas de cobertura y rendimiento, calendarios de inserciones y seguimiento de impactos en medios tradicionales y digitales.
- En materiales autoeditables y presencia digital, se producen piezas gráficas y contenidos web, aplicando criterios de identidad corporativa, arquitectura de la información y posicionamiento por contenidos.
- En competencias digitales aplicadas y estado del arte, se configuran flujos automatizados en CRM, se auditan campañas de performance y se prototipan experiencias inmersivas y dinámicas ágiles para la innovación.

Estas experiencias convergen en el Trabajo Final Aplicado, donde se integra la investigación, el marketing-mix, el plan de medios, los materiales y el control presupuestario en un proyecto defendido públicamente. El Módulo de prácticas profesionales no laborales permite trasladar dichas competencias a un entorno real, con tutorización coordinada entre el centro y la entidad colaboradora.

Bilingüismo ES/EN

La docencia se desarrolla en modalidad bilingüe. Los materiales esenciales y las consignas críticas se ofrecen en español e inglés. En el módulo de inglés profesional se aplica inmersión comunicativa en contextos comerciales habituales, y en los módulos técnicos se incorporan tareas y documentación en inglés cuando así lo requiera la práctica sectorial. La evaluación del componente lingüístico se circunscribe a las actividades específicamente diseñadas para ello, sin penalizar en otros módulos el contenido técnico por cuestiones idiomáticas.





Tutorías y seguimiento

Se establecen tutorías académicas individuales y grupales, presenciales y virtuales, con programación periódica publicada en el campus virtual. El seguimiento tutorial se apoya en analíticas de aprendizaje y en rúbricas de desempeño para facilitar retroalimentación temprana y planes de mejora. En el módulo de prácticas, el seguimiento se coordina entre la persona tutora de la entidad y la tutoría académica, con objetivos de aprendizaje definidos y evidencias documentadas.

Trabajo autónomo del estudiante

El trabajo autónomo se organiza mediante lecturas guiadas, resolución de ejercicios, preparación de casos, elaboración de informes y prototipos, participación en foros académicos y mantenimiento de un portafolio digital que evidencia la progresión competencial. Se fomenta la coevaluación y la reflexión crítica sobre el propio desempeño, así como la observancia de buenas prácticas de integridad académica y protección de datos en el uso de herramientas digitales e IA generativa.

Evaluación continua

La evaluación es continua, formativa y sumativa. Incluye: prácticas y proyectos por módulo, estudios de caso, pruebas de desempeño en entornos simulados o reales, entregables técnicos, presentaciones orales, participación en actividades del campus virtual y portafolio. El Trabajo Final Aplicado se valora por una comisión atendiendo a la coherencia metodológica, solvencia técnica, viabilidad y defensa pública. El módulo de prácticas se evalúa mediante informe del tutor o tutora de la entidad colaboradora y memoria reflexiva del estudiantado. Todos los instrumentos de evaluación cuentan con criterios explícitos y rúbricas publicadas previamente en el campus virtual, asegurando transparencia y coherencia con los objetivos del programa.





10. Sistema de evaluación

Sistema de evaluación

El sistema de evaluación del Título de Tecnificación “Técnico Superior en gestión de marketing y comunicación empresarial” se fundamenta en la evaluación continua, práctica y basada en competencias. Todo el proceso se orienta a verificar el logro progresivo de los resultados de aprendizaje previstos en cada módulo, así como su integración transversal en contextos profesionales reales o simulados, en coherencia con el área de Comunicación e Imagen y con la modalidad mixta (presencial/online) e idioma bilingüe (ES/EN).

1. Principios y enfoque

- Carácter formativo y continuo: la evaluación se realiza de manera sistemática a lo largo de cada módulo, con instancias de retroalimentación cualitativa para la mejora.
- Orientación práctica y situacional: las evidencias se obtienen preferentemente mediante tareas aplicadas, proyectos, simulaciones y resolución de casos vinculados al quehacer profesional del marketing y la comunicación.
- Alineamiento con competencias y resultados de aprendizaje: cada actividad evaluable y su rúbrica asocian criterios observables (saber, saber hacer y saber estar) con los resultados y objetivos de los módulos.
- Integración bilingüe: cuando proceda, se valora la capacidad para utilizar la lengua inglesa en contextos profesionales propios del área (briefings, argumentarios, negociación, atención al cliente y documentación técnica).
- Equivalencia modal: las actividades contemplan alternativas presenciales y online con los mismos criterios y estándares de calidad, asegurando la autenticidad de las evidencias y la participación activa del estudiantado.

2. Instrumentos y evidencias de evaluación

Con carácter general, y en función de la especificidad de cada módulo, se emplearán combinaciones de los siguientes instrumentos:

- Portafolio competencial/e-portfolio con entregables sucesivos y reflexiones de





aprendizaje (bitácoras).

- Informes técnicos y ejecutivos: investigación de mercados, press-clipping, análisis de métricas y de desviaciones presupuestarias, justificaciones de ROI.
- Proyectos y casos aplicados: planes de marketing-mix, planes de medios, planes de implantación y trade marketing, y propuestas de eventos con control presupuestario.
- Diseños y prototipos: materiales autoeditables, piezas gráficas ajustadas a identidad corporativa, planogramas, maquetas de escaparate, wireframes o contenidos para CMS.
- Simulaciones y role-playing: presentaciones comerciales, refutación de objeciones, negociación con proveedores/medios, atención a clientes y presidencias de eventos según protocolo.
- Pruebas prácticas con software y herramientas del ámbito: hojas de cálculo para análisis estadístico básico, configuración de campañas y embudos, explotación de datos de analítica.
- Pruebas objetivas y de respuesta corta: fundamentos conceptuales, terminología especializada, normativa básica de protocolo y métricas clave de medios.
- Presentaciones orales y defensas técnicas (ES/EN): exposición, argumentación, calidad visual del soporte, adecuación al público y gestión del tiempo.
- Observación sistemática y listas de cotejo: trabajo en equipo, liderazgo, comunicación interpersonal, cumplimiento de briefing, ética y privacidad en el tratamiento de datos.
- Autoevaluación y coevaluación guiadas: contraste de criterios y reflexión crítica sobre el desempeño.

3. Criterios generales de logro

Las rúbricas priorizan, entre otros, los siguientes criterios, ponderados conforme a la naturaleza de la tarea (sin perjuicio de su adaptación concreta por módulo):

- Validez metodológica y rigor analítico: definición de objetivos, muestreo, tabulación, uso correcto de estadística básica, trazabilidad de datos y conclusiones.
- Adecuación estratégica: coherencia con el plan de marketing-mix, segmentación, posicionamiento, propuesta de valor y ciclo de vida del producto.
- Viabilidad económico-financiera y control: presupuestos, márgenes, umbral de rentabilidad, seguimiento de KPIs (cobertura, frecuencia, GRPs, CPM, CPA, ROI) y gestión de desviaciones.





- Eficacia comunicativa y creatividad pertinente: claridad del mensaje, adecuación al público objetivo, respeto a la identidad corporativa y consistencia multicanal.
- Ejecución técnica: dominio de herramientas de autoedición, analítica, planificación de medios y CRM/automatización.
- Profesionalidad: gestión del tiempo, calidad formal de las entregas, cumplimiento de briefing, trabajo colaborativo y respeto a la confidencialidad y a la propiedad intelectual.
- Competencia lingüística (ES/EN): corrección léxica y gramatical, precisión terminológica sectorial y solvencia en interacción profesional.

4. Aplicación por módulos (evidencias orientativas)

- MF1007_3: Sistemas de información de mercados

Evidencias: diseño de cuestionario en plataforma digital; base de datos tabulada; análisis estadístico en hoja de cálculo; informe ejecutivo de resultados con conclusiones accionables.

- MF2185_3: Políticas de Marketing

Evidencias: briefing estructurado para agencia; ejercicios de márgenes y punto muerto; propuesta de marketing-mix para lanzamiento simulado con justificación estratégica y financiera.

- MF2186_3: Lanzamiento e implantación de productos y servicios

Evidencias: plan de implantación y trade marketing; diseño de escaparate/planograma; role-playing de argumentario con gestión de objeciones y feedback estructurado.

- MF2187_3: Gestión de eventos de marketing y comunicación

Evidencias: plan integral de evento (objetivos, proveedores, presupuesto y protocolo); simulación de presidencia; encuesta de valoración y reporte ROI post-evento.

- MF2188_3: Organización y control del plan de medios de comunicación

Evidencias: calendario gráfico de inserciones; presupuesto de campaña multimedia; informe de seguimiento de impactos y clipping con análisis de KPIs.

- MF2189_3: Elaboración de materiales de marketing y comunicación autoeditables

Evidencias: piezas gráficas (folleto, cartel) alineadas a manual de identidad; entrada de blog con HTML básico y optimización SEO por contenidos; justificación técnica de decisiones de diseño.

- MF1002_2: Inglés profesional para actividades comerciales





Evidencias: redacción de correspondencia formal; simulaciones orales (venta telefónica, negociación, atención de incidencias); prueba de comprensión y producción escrita y oral en contexto comercial (nivel usuario independiente).

- CEDEU-CDA: Competencias Digitales Aplicadas al marketing y comunicación empresarial

Evidencias: configuración documentada de un embudo automatizado en CRM; auditoría técnica de cuenta publicitaria simulada con identificación de desviaciones y plan de optimización.

- CEDEU-EA: Innovación y Adaptación al Estado del Arte

Evidencias: prototipo de campaña inmersiva (RA/RV u otros formatos emergentes) con criterios de medición; taller aplicando Design Thinking con síntesis de hallazgos y experimentos priorizados.

- CEDEU-TFA: Trabajo Final Aplicado

Evidencias: documento de proyecto integral (alcance, cronograma, viabilidad); integración de investigación, marketing-mix, medios, materiales y control presupuestario; defensa pública individual ante tribunal evaluador con resolución de objeciones.

- MP0499: Prácticas profesionales no laborales

Evidencias: plan de actividades; seguimiento mediante informes del tutor/a de empresa y del centro; diario de prácticas; memoria final reflexiva sobre resultados, logros y áreas de mejora.

5. Condiciones de superación

- La superación de cada módulo exige la presentación de las evidencias obligatorias definidas por la coordinación académica, así como la demostración del logro de los resultados de aprendizaje asociados.
- En la modalidad online, las actividades síncronas y asíncronas tienen la misma validez y deberán completarse en los plazos indicados, garantizando la autoría de las entregas.
- El Trabajo Final Aplicado requiere la entrega del documento completo y su defensa. La no superación de alguno de estos elementos implica no superación del módulo hasta su recuperación.
- En el módulo de prácticas, la valoración positiva por parte del tutor/a externo/a, junto con la memoria y el cumplimiento del plan formativo, es condición necesaria para la





superación.

6. Retroalimentación y mejora continua

- Cada hito evaluable llevará asociada una rúbrica con criterios explícitos; se proporcionará retroalimentación cualitativa, con orientaciones concretas de mejora.
- Se promoverán instancias de autoevaluación y coevaluación para fortalecer la reflexión crítica y la responsabilidad sobre el propio desempeño.

7. Mecanismos de recuperación

- Recuperación de actividades por módulo: se habilitarán reentregas o actividades de mejora equivalentes que permitan evidenciar el logro de los resultados no alcanzados, pudiendo incluir pruebas teórico-prácticas específicas, ampliaciones del informe o nuevas simulaciones.
- Recuperación en Inglés profesional: se programarán pruebas orales y/o escritas de recuperación contextualizadas en situaciones comerciales, y tareas adicionales de producción y comprensión.
- Recuperación del Trabajo Final Aplicado: se establecerá un periodo de subsanación del documento, con nueva revisión y, en su caso, nueva defensa ante el tribunal evaluador.
- Recuperación de prácticas: en caso de no alcanzar los objetivos, se diseñará un plan de mejora con el tutor/a del centro y de la empresa que podrá incluir extensión temporal o reasignación de tareas acordes al perfil formativo.
- Acompañamiento: tutorías académicas y técnicas para orientar la corrección de deficiencias detectadas en cualquiera de las fases del proceso.

8. Garantía de integridad académica

- Todas las evidencias deberán ser originales, citar adecuadamente las fuentes y respetar la confidencialidad y la protección de datos cuando se utilicen casos reales o simulados.
- El uso de herramientas digitales, incluidas las de inteligencia artificial, se valorará positivamente cuando se integre de forma ética, transparente y alineada con los objetivos de aprendizaje, documentando su aporte en el proceso y en el resultado.

Este sistema asegura que la evaluación sea coherente con el perfil de egreso y con las



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)



INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



salidas profesionales del programa, verificando no sólo la adquisición de conocimientos, sino su transferencia efectiva a contextos reales de marketing y comunicación.



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



11. Estructura modular del programa

Orden	Código	Módulo	Horas
1	MF1007_3	Sistemas de información de mercados	150
2	MF2185_3	Políticas de Marketing	82
3	MF2186_3	Lanzamiento e implantación de productos y servicios	75
4	MF2187_3	Gestión de eventos de marketing y comunicación	75
5	MF2188_3	Organización y control del plan de medios de comunicación	75
6	MF2189_3	Elaboración de materiales de marketing y comunicación autoeditables	75
7	MF1002_2	Inglés profesional para actividades comerciales.	75
8	CEDEU-CDA	Competencias Digitales Aplicadas al marketing y comunicación empresarial	80
9	CEDEU-EA	Innovación y Adaptación al Estado del Arte en marketing y comunicación empresarial	100
10	CEDEU-TFA	Trabajo Final Aplicado	50
11	MP0499	Módulo de prácticas profesionales no laborales	320



INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



12. Profesorado y asignación docente

12.1 Equipo académico del programa

Nombre	Función	Titulación	Especialidad	Horas docentes
Francisco Javier Prieto Martínez	Director académico	Formador de formadores	Telecomunicaciones	0
Javier Cuenca Pineda	Coordinador del programa	Técnico Superior en Publicidad y RRPP	Imagen y comunicación	1157
Javier Cuenca Pineda	Profesor asignado	Técnico Superior en Publicidad y RRPP	Imagen y comunicación	1157



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



12.2 Tabla de asignación docente por módulos

Módulo	Código	Profesor	Rol docente	Horas
Sistemas de información de mercados	MF1007_3	Javier Cuenca Pineda	Profesor	150
Políticas de Marketing	MF2185_3	Javier Cuenca Pineda	Profesor	82
Lanzamiento e implantación de productos y servicios	MF2186_3	Javier Cuenca Pineda	Profesor	75
Gestión de eventos de marketing y comunicación	MF2187_3	Javier Cuenca Pineda	Profesor	75
Organización y control del plan de medios de comunicación	MF2188_3	Javier Cuenca Pineda	Profesor	75
Elaboración de materiales de marketing y comunicación autoeditables	MF2189_3	Javier Cuenca Pineda	Profesor	75
Inglés profesional para actividades comerciales.	MF1002_2	Javier Cuenca Pineda	Profesor	75
Competencias Digitales Aplicadas al marketing y comunicación empresarial	CEDEU-CDA	Javier Cuenca Pineda	Profesor	80
Innovación y Adaptación al Estado del Arte en marketing y comunicación empresarial	CEDEU-EA	Javier Cuenca Pineda	Profesor	100
Trabajo Final Aplicado	CEDEU-TFA	Javier Cuenca Pineda	Profesor	50
Módulo de prácticas profesionales no laborales	MP0499	Javier Cuenca Pineda	Profesor	320



12.3 Perfil resumido del equipo académico

Dirección académica

Francisco Javier Prieto Martínez es formador de formadores (Docencia de la FPE) con especialidad en Telecomunicaciones. Aporta 25 años de experiencia en gestión de proyectos, innovación tecnológica y liderazgo de equipos en contextos empresariales, deportivos y educativos, incluyendo gestión deportiva internacional y dirección de programas universitarios. Cuenta con 10 años de experiencia docente, habiendo impartido formación en cualificaciones profesionales (COML0309_3, EOCO0109_3) e Inteligencia Artificial, así como docencia de posgrado en la Universidad Europea de Madrid.

Su trayectoria integra competencias en transformación digital, Big Data y marketing digital, IA aplicada a la empresa, e-learning (Moodle), evaluación y gamificación, junto con gestión de operaciones y metodologías de proyectos. Esta combinación le permite alinear contenidos y metodologías con la modalidad mixta del programa, garantizando un enfoque aplicado, actualizado y orientado a resultados de aprendizaje verificables.

En los módulos que se le asignen del Técnico Superior en gestión de marketing y comunicación empresarial, su aportación se centrará en el uso de tecnologías y datos para la toma de decisiones en marketing y comunicación, el diseño y gestión de proyectos en contextos digitales, y la integración de herramientas de IA y contenidos digitales, favoreciendo el desarrollo de competencias profesionales directamente transferibles al entorno organizativo.





INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



Coordinación del programa

Javier Cuenca Pineda, Técnico Superior en Publicidad y RRPP y especialista en imagen y comunicación, cuenta con 20 años de experiencia en marketing y diseño publicitario y 3 años de experiencia docente. Posee el Certificado de Profesionalidad SSCE0110 (habilitación para la docencia). En el ámbito de la gestión académica, aporta experiencia en coordinación documental, relaciones con administraciones y empresas para prácticas, y soporte al departamento de calidad, elementos clave para la coordinación académica del programa Técnico Superior en gestión de marketing y comunicación empresarial (modalidad mixta).

Como docente, imparte los módulos MF1007_3, MF2185_3, MF2186_3, MF2187_3, MF2188_3, MF2189_3, MF1002_2, CEDEU-CDA, CEDEU-EA, CEDEU-TFA y MP0499. Su trayectoria en branding, dirección de arte e implantación de marca (RTVE, RENFE y proyectos en el ámbito audiovisual y corporativo), junto con dominio profesional del software de Adobe y experiencia en formación virtual, respalda de forma directa la elaboración de materiales autoeditables, la organización de eventos, la planificación de medios y el desarrollo de competencias digitales aplicadas. Su experiencia en tutorización y seguimiento de prácticas refuerza la supervisión del Trabajo Final Aplicado y del módulo de prácticas, asegurando la conexión entre las competencias del área de Comunicación e Imagen y su transferencia al contexto profesional. Acredita nivel B1 de inglés.



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



Profesorado asignado

Francisco Javier Prieto Martínez

Francisco Javier Prieto Martínez es docente del programa Técnico Superior en gestión de marketing y comunicación empresarial, en el área de Comunicación e Imagen. Aporta 25 años de experiencia profesional en entornos empresariales y deportivos, con responsabilidad en dirección de proyectos, innovación tecnológica y liderazgo de equipos, y 10 años de experiencia docente. Su formación incluye Ingeniería Técnica de Telecomunicaciones y acreditación en Docencia de la Formación Profesional para el Empleo, junto con capacitación en inteligencia artificial aplicada, transformación digital, Big Data, marketing digital, e-learning, evaluación y gamificación.

Su trayectoria integra la gestión operativa y tecnológica con la orientación pedagógica, lo que se traduce en una docencia práctica y actualizada, alineada con los resultados de aprendizaje del título y con su modalidad mixta (presencial/online). Está especialmente capacitado para contribuir en los módulos que aborden marketing digital con IA, analítica y transformación digital, comunicación en entornos tecnológicos y gestión de proyectos, reforzando el desarrollo de competencias transversales en trabajo en equipo, resolución de problemas y adaptación a la innovación.

Su experiencia en diseño de contenidos digitales, uso de Moodle y evaluación por competencias garantiza la coherencia metodológica del programa y favorece la aplicabilidad de los aprendizajes a contextos reales de la gestión del marketing y la comunicación empresarial.

Javier Cuenca Pineda

Javier Cuenca Pineda es Técnico Superior en Publicidad y RR.PP., especialista en imagen y comunicación. Aporta 20 años de experiencia profesional en marketing y diseño publicitario y 3 años de experiencia docente. Posee el Certificado de Profesionalidad SSCE0110 de habilitación para la docencia y acredita nivel B1 de inglés. Su trayectoria incluye funciones de diseñador y director de arte en branding corporativo, arquitectura de marca, packaging, señalética, arte final y marketing digital, así como implantación y



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



manualización de identidades y producción de materiales gráficos y multimedia. Domina el ecosistema Adobe y herramientas digitales de diseño y docencia.

En el programa Técnico Superior en gestión de marketing y comunicación empresarial (área de Comunicación e Imagen, modalidad mixta), su perfil se alinea con los módulos asignados: análisis e información de mercados (MF1007_3); políticas de marketing y lanzamiento e implantación de productos y servicios (MF2185_3 y MF2186_3); gestión de eventos y organización y control del plan de medios (MF2187_3 y MF2188_3); elaboración de materiales autoeditables (MF2189_3); e inglés profesional para actividades comerciales (MF1002_2). Asimismo, su experiencia en competencias digitales e innovación respalda su docencia en CEDEU-CDA y CEDEU-EA.

Su labor como orientador y coordinador de prácticas y documentación formativa sustenta la tutorización del Trabajo Final Aplicado (CEDEU-TFA) y la coordinación del módulo de prácticas profesionales no laborales (MP0499).



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



13. Recursos materiales y tecnológicos

Recursos materiales y tecnológicos

Para garantizar la adecuada impartición del Título de Tecnificación “Técnico Superior en gestión de marketing y comunicación empresarial”, se dispondrá de los siguientes recursos, adaptados a la modalidad mixta (presencial/online), al carácter bilingüe (ES/EN) y al área de Comunicación e Imagen.

Recursos presenciales

- Aulas polivalentes equipadas con proyección, sistema de audio, pizarra y conectividad de alta capacidad.
- Aula informática con puestos individuales, navegadores actualizados y software ofimático para análisis de datos, redacción de informes y presentaciones.
- Laboratorio de comunicación y medios: espacio para prácticas básicas de fotografía y vídeo corporativo, con iluminación, captación de sonido y soportes de fondo para simulaciones de ruedas de prensa y contenidos institucionales.
- Espacio de simulación de punto de venta y eventos: mobiliario modular, paneles, expositores y materiales de PLV para ejercicios de merchandising, planogramas y montaje de stands.
- Sala de presentaciones y role-playing con sistema de grabación para entrenamiento en argumentarios comerciales y defensa del Trabajo Final Aplicado.
- Biblioteca/hemeroteca con fondos especializados en marketing, comunicación, protocolo, organización de eventos y medios de comunicación.

Recursos online

- Plataforma de aprendizaje (LMS) para la gestión de contenidos, foros, tutorías, entregas y evaluación continua.
- Sistema de videoconferencia con opción de grabación y soportes para subtitulado, facilitando la docencia bilingüe y la revisión asincrónica.
- Repositorio en la nube para materiales docentes, plantillas corporativas, datasets y guías metodológicas.





- Herramientas colaborativas de coedición de documentos, hojas de cálculo y presentaciones.
- Acceso autenticado a biblioteca digital, bases de datos académicas, prensa y directorios profesionales del sector.
- Entornos de práctica guiada para analítica web, publicidad digital y gestión de campañas en modo sandbox o simulación, respetando la protección de datos.
- Soporte técnico y asistencia a usuarios para garantizar continuidad del servicio en sesiones síncronas y actividades evaluables.

Recursos técnicos específicos del programa

- Suites ofimáticas avanzadas y herramientas de análisis estadístico descriptivo e inferencial; utilidades de visualización de datos y elaboración de cuadros de mando.
- Aplicaciones de edición de imagen, diseño vectorial y autoedición; recursos de identidad visual y bancos de iconografía y plantillas.
- Editores básicos de HTML/CSS y gestores de contenidos (CMS) para publicaciones web y blogging corporativo.
- Plataformas de CRM y automatización de marketing (workflows, lead scoring y lead nurturing) con acceso formativo; herramientas para auditoría de rendimiento y optimización presupuestaria.
- Utilidades para planificación y control del plan de medios: cálculo de métricas (cobertura, frecuencia, GRP, CPM), calendarios de inserciones y seguimiento de emisiones.
- Sistemas de monitorización y clipping de medios, alertas, y análisis básico de sentimiento.
- Herramientas de etiquetado de eventos y analítica de conversión en entornos web.
- Recursos para experiencias inmersivas: software de prototipado de filtros de Realidad Aumentada y dispositivos de testeo didáctico.
- Instrumental para evaluación de eventos: sistemas de registro de asistentes y encuestas pos-evento mediante dispositivos móviles.
- Recursos lingüísticos ES/EN: corpus terminológicos, diccionarios técnicos y plantillas de correspondencia comercial.

Todos los recursos cumplirán criterios de accesibilidad, seguridad de la información y



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)



INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



protección de datos, garantizando la igualdad de oportunidades y la trazabilidad académica.



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.



14. Sistema de calidad y seguimiento

Sistema de calidad y seguimiento

El programa Técnico Superior en gestión de marketing y comunicación empresarial dispone de un sistema interno de garantía de calidad orientado a asegurar la coherencia académica, la pertinencia profesional y la mejora continua. La Comisión de Garantía de Calidad del Programa (CGCP), integrada por la dirección académica, coordinación, representación docente, estudiantil y de entidades colaboradoras de prácticas, vela por el cumplimiento de los estándares internos, analiza evidencias y aprueba planes de mejora por cohorte.

1) Seguimiento académico del estudiantado

- Planificación y evaluación: cada módulo dispone de guía docente, resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y rúbricas comunes, con verificación de su coherencia con el perfil de egreso.
- Progreso y alerta temprana: la coordinación monitoriza de forma periódica la participación en el aula presencial y en el entorno virtual (LMS), el cumplimiento de actividades y los hitos del Trabajo Final Aplicado. Se activan tutorías académicas específicas ante señales de riesgo (baja participación, entregas incompletas o resultados insuficientes).
- Modalidad mixta y bilingüe: se garantiza la equivalencia entre actividades presenciales y online, con seguimiento de asistencia, trazabilidad de entregas y verificación de autoría. Los materiales clave se ofrecen en ES/EN cuando sea pertinente y la tutoría académica puede atenderse en ambos idiomas.

2) Supervisión docente y coordinación

- Observación docente: se realizan observaciones programadas de sesiones presenciales y síncronas en línea con protocolo de feedback formativo, combinadas con autoevaluación del profesorado.
- Coordinación horizontal y vertical: reuniones por módulo y por itinerario para armonizar cargas de trabajo, criterios de evaluación y secuenciación competencial. Se revisan guías





didácticas, actividades y rúbricas antes del inicio de cada edición.

- Desarrollo profesional: identificación de necesidades formativas del profesorado (metodologías activas, evaluación por competencias, uso del LMS, integridad académica) y oferta de acciones de actualización.

3) Revisión y actualización de contenidos

- Revisión sistemática de contenidos, bibliografía y casos, con foco en su vigencia técnica, alineación con el objetivo general y conexión con el estado del arte del área de Comunicación e Imagen. En módulos con fuerte componente digital se contrasta la pertinencia de herramientas y métricas actuales.
- Control lingüístico en materiales ES/EN y consistencia terminológica.

4) Prácticas y TFA

- Prácticas (MP0499): acuerdo formativo tripartito con plan de actividades, tutor académico y tutor de empresa. Se recaban informes intermedios y finales, y una valoración de la entidad colaboradora.
- Trabajo Final Aplicado: rúbrica pública, acta de defensa y retroalimentación formal como insumos para la mejora.

5) Medición de satisfacción y empleabilidad

- Encuestas de satisfacción al estudiantado por módulo y al cierre del programa; al profesorado; a entidades de prácticas; y a egresados en periodos posteriores a la finalización. Se contemplan grupos focales cuando proceda.

6) Gestión de incidencias y reclamaciones

- Canal único de registro y seguimiento de incidencias académicas y administrativas, con tipificación, trazabilidad y comunicación de resolución. Las reclamaciones académicas siguen un procedimiento escalonado (docente, coordinación, CGCP).

7) Indicadores y mejora continua

- Indicadores: tasas de rendimiento y éxito por módulo, permanencia y finalización, carga de trabajo percibida, satisfacción de los grupos de interés, calidad de la docencia y de los





INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN
ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS DEL INSTITUTO ESPAÑOL

IEEF-BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE FORMACIÓN PERMANENTE



recursos, adecuación ES/EN, logro competencial evidenciado en el TFA y valoración de prácticas.

- La CGCP emite un informe de autoevaluación por cohorte y aprueba un Plan de Mejora con responsables y seguimiento, aplicando un ciclo de planificación, ejecución, verificación y ajuste. Las decisiones y evidencias quedan documentadas en actas y repositorio interno.



Avda. América, 8 (Madrid-28028, España). Telf. +34 91-1722165 • Calle Los Nardos, 141 (Alcorcón-28925, España)

INSTITUTO ESPAÑOL PARA LA EDUCACIÓN Y LA FORMACIÓN, cuyo titular jurídico es Cinco Mas Uno Siglo XXI, S.L.U Dom. Soc./Fiscal: Avda. América 8 2 b, 28028-Madrid, España. Tomo 37487, Libro 0, Folio 35, Sección 8, Hoja: M-668210, Inscripción 0, Anotación 2. C.I.F. B-88031372 inscrito como centro autorizado de la Comunidad de Madrid con el número de registro 2800028517 y en la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo del Ministerio de Trabajo (SEPE), del Gobierno Español.