


TÉCNICOS EN PUBLICIDAD Y/O RELACIONES PÚBLICAS, EN GENERAL

1. MISIÓN Y FUNCIONES

 **MISIÓN** Los técnicos en publicidad y/o relaciones públicas brindan asesoramiento a empresas y organizaciones sobre el desarrollo de sus estrategias publicitarias y sobre temas más estratégicos relacionados con la publicidad. Combinan conocimientos de marketing, presupuestos y psicología con una mente creativa para desarrollar campañas publicitarias. Proponen alternativas a los clientes para promover sus organizaciones, productos o proyectos.

FUNCIONES

Asesorar a la dirección y a los clientes sobre posibles estrategias y campañas para llegar a los mercados objetivo, conseguir la notoriedad de marca y promover eficazmente los atributos de los bienes y servicios.

Redactar textos publicitarios y guiones para los medios de comunicación, y organizar la producción en televisión, cine y las inserciones en los medios.

Analizar datos relativos a los patrones y preferencias de los consumidores.

Interpretar y predecir las tendencias actuales y futuras de consumo.

2. COMPETENCIAS

COMPETENCIAS Y CONOCIMIENTOS TÉCNICO PROFESIONALES

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS ESENCIALES

TRANSECTORIAL

Colaborar con las agencias de publicidad
 Concebir ideas creativas
 Crear una red profesional
 Hacer presentaciones en directo

Persuadir a los clientes con alternativas
 Presentar ideas
 Realizar estudios de mercado

ESPECÍFICAS DEL SECTOR

Averiguar las necesidades del cliente

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS OPTATIVAS

TRANSECTORIAL

Administrar presupuestos
 Analizar las tendencias culturales
 Analizar las tendencias en los hábitos de consumo
 Aprobar una campaña publicitaria
 Asesorar sobre la imagen pública
 Asesorar sobre las relaciones públicas
 Ayudar a elaborar una campaña comercial
 Colaborar en la elaboración de estrategias comerciales
 Coordinar campañas publicitarias
 Cumplir con las expectativas del público destinatario
 Definir la marca
 Elaborar estrategias de relaciones públicas
 Elaborar estrategias multimedia

Evaluar una campaña publicitaria
 Examinar la composición de un anuncio
 Extraer las conclusiones de los resultados de un estudio de mercado
 Hacer un estudio de los medios de comunicación
 Recomendar medidas relativas al mercado
 Seguir las pautas del encargo
 Supervisar las cifras de la industria de los medios de comunicación

ESPECÍFICAS DEL SECTOR

Crear anuncios
 Preparar un plan de publicidad en los medios de comunicación

CONOCIMIENTOS ESENCIALES

Legislación en materia de derechos de autor
 Técnicas de publicidad

CONOCIMIENTOS OPTATIVOS

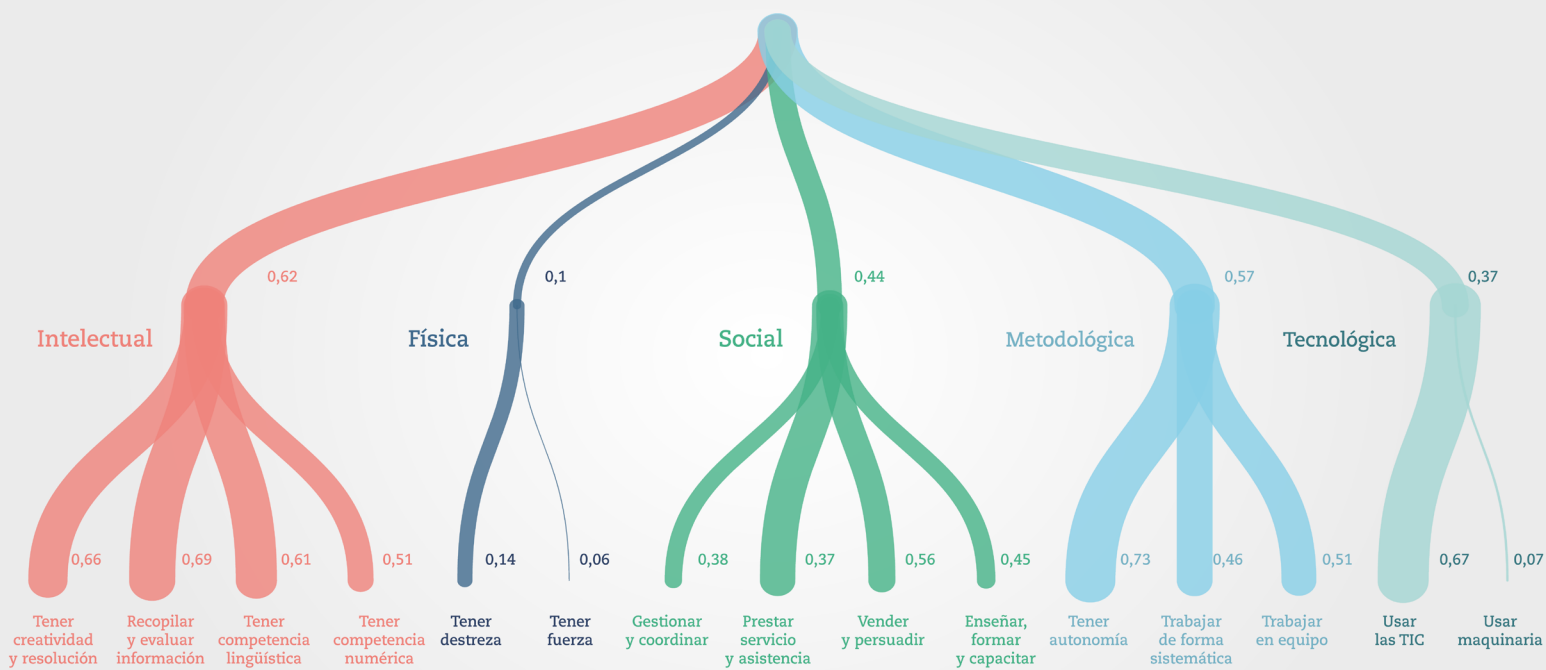
Diseño gráfico	Principios de la comercialización
Estudios de los medios de comunicación	Relaciones públicas
Mercado editorial	Tipos de medios de comunicación
Planificación con respecto a los medios de comunicación	Técnicas de marketing de una marca

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

[Eurofound](#) indica en una escala de 0-1 la importancia de las competencias transversales para el grupo ocupacional “**profesionales de oficinas**”.

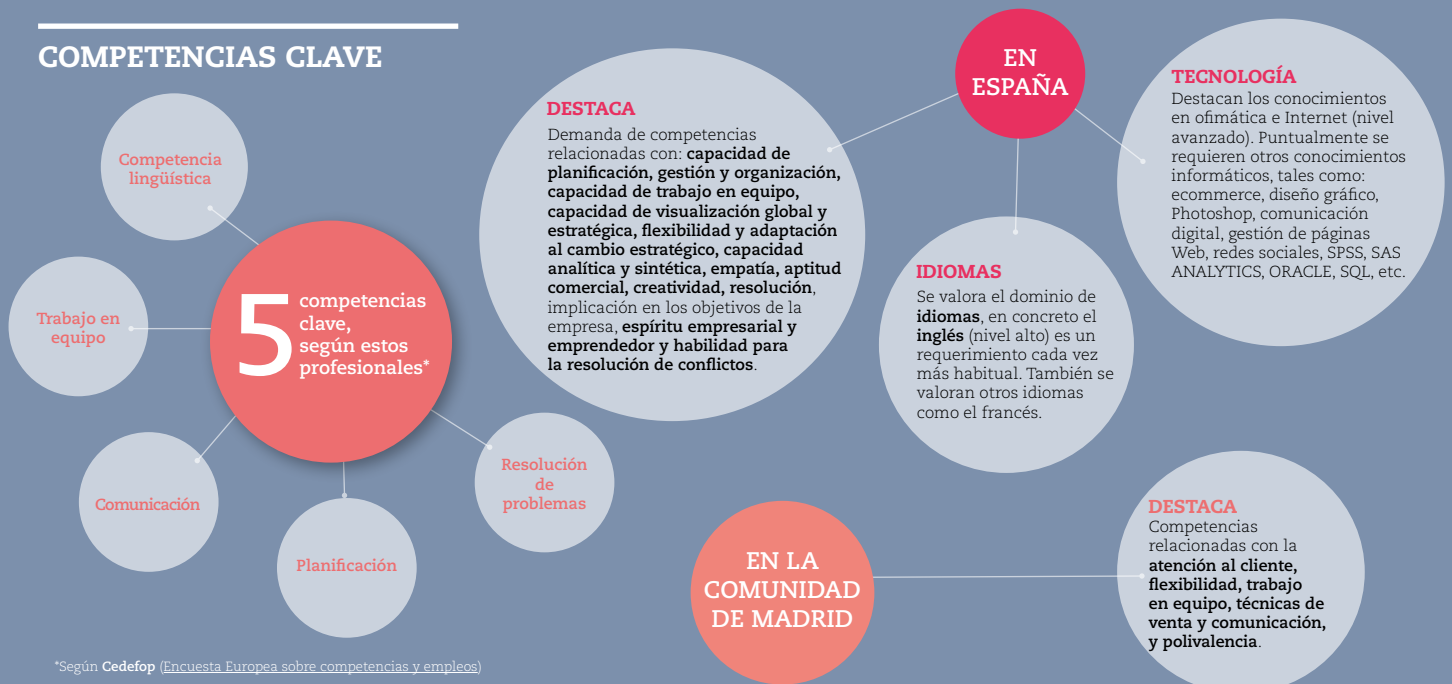
Destacan las competencias **intelectuales y metodológicas**.

Las competencias más importantes son: **tener autonomía, recopilar y evaluar información, usar las TICs, tener creatividad y resolución y tener competencia lingüística**.



SKILLS PANORAMA

COMPETENCIAS CLAVE



*Según Cedefop (Encuesta Europea sobre competencias y empleos)

3. FORMACIÓN Y EXPERIENCIA PROFESIONAL



CUALIFICACIÓN

NIVEL 3
COM652_3 GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN



FORMACIÓN PARA EL EMPLEO

Certificado de profesionalidad
COMM0112 GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN



FORMACIÓN PROFESIONAL REGLADA

FAMILIA PROFESIONAL COMERCIO Y MARKETING
Técnico superior en Marketing y publicidad



FORMACIÓN UNIVERSITARIA

Grados en Publicidad y relaciones públicas
Doble Grado en Marketing, publicidad y relaciones públicas
Psicología social



OTRA FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Posteriormente, si desea profundizar más en esta área, podrá cursar el Máster Universitario en Comunicación Social o en Marketing.

PROFESIÓN REGULADA: **NO**

REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DE FORMACIÓN Y EXPERIENCIA PROFESIONAL

FORMACIÓN

Se requiere como mínimo la enseñanza secundaria obligatoria (ESO) o equivalente. Sin embargo, se valora un nivel de estudios superior y un gran número de personas contratadas tienen titulación universitaria.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

La experiencia requerida varía en función de la orientación concreta que tenga el puesto ofertado.

4. CONDICIONES DE TRABAJO



RELACIÓN LABORAL

Predomina la contratación indefinida. No obstante, la contratación temporal también es elevada.



JORNADA LABORAL

Predomina la jornada completa.



RETRIBUCIÓN

A partir de 20.000 €. El salario medio de los titulados en publicidad está en torno a los 22.000€ en 2018.

Según la Encuesta de estructura salarial 2014, el salario medio del grupo ocupacional 26 (especialistas en organización de la Administración Pública y de las empresas y en la comercialización) en el Estado Español es 40.400 euros, oscilando entre 19.000 (percentil 10) y 67.300 (percentil 90).



UBICACIÓN ORGANIZATIVA Y PROMOCIÓN

Este profesional se ubica en empresas especializadas en publicidad y marketing, en un equipo bajo la supervisión de un profesional con mayor experiencia. En menor medida, puede trabajar en grandes empresas en el departamento de comunicación, reportando al responsable de comunicación

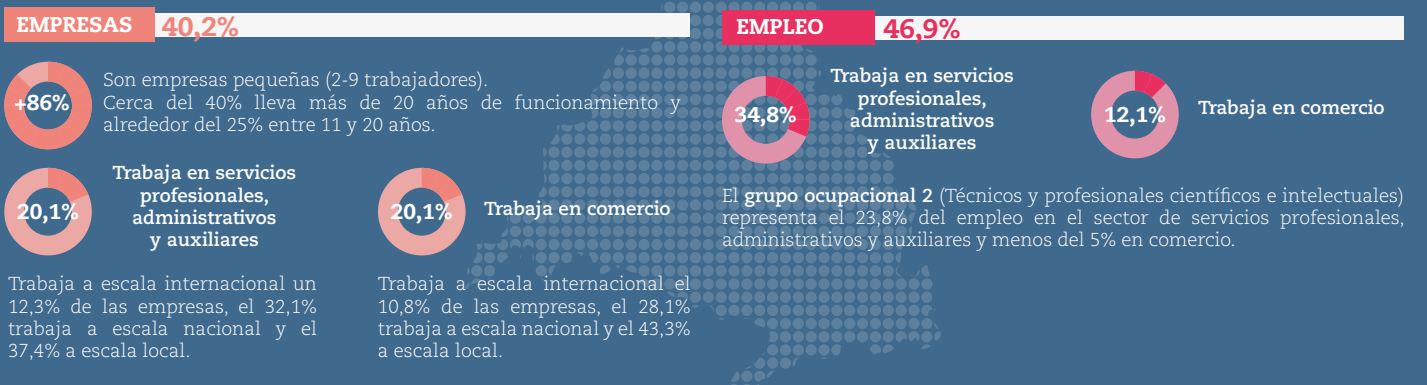
La vía de promoción más común en empresas especializadas, es a partir de la experiencia acumulada y la capacidad de trato independiente con clientes, pudiendo llegar a ejercer funciones directivas, mientras que en grandes empresas es mediante la asunción de funciones técnicas de mayor responsabilidad o directivas en el área de comunicación corporativa.

5. CONTEXTO

INFORMACIÓN SECTORIAL



Esta ocupación se ubica en el grupo sectorial de Servicios a las empresas y tienen un gran peso en la estructura empresarial de la Comunidad de Madrid:



MERCADO DE TRABAJO

El **grupo ocupacional 2** (Técnicos y profesionales científicos e intelectuales) cuenta con **738.100 trabajadores** en la Comunidad de Madrid en 2018 (EPA). El 50% son mujeres. La ocupación en este grupo sigue una **tendencia positiva** desde 2014.

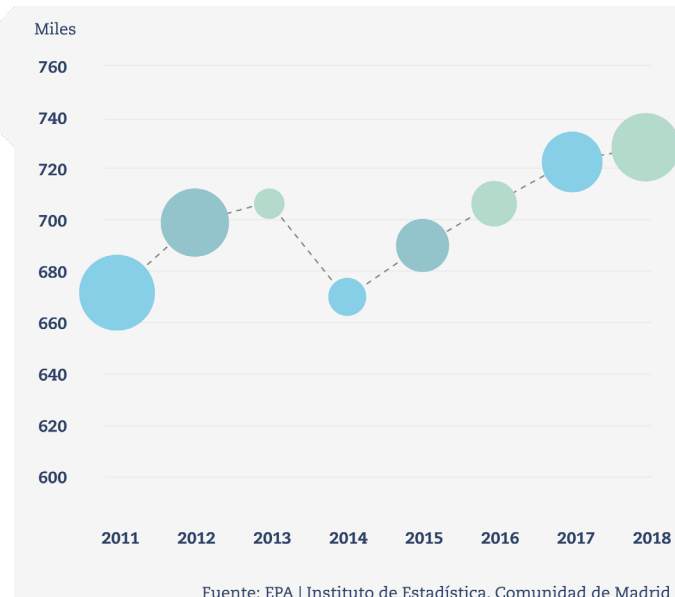
En 2018 **738.100** personas trabajadoras · **50% mujeres**



La **ocupación 2651** (Profesionales de la publicidad y la comercialización) representa **menos del 0,5% de los trabajadores** de la Comunidad de Madrid en 2017 (Encuesta de Estructura Empresarial 2017).

El **perfil de la persona contratada** es mujer menor de 45 años con estudios universitarios. Una persona de cada diez tiene nacionalidad extranjera.

Los datos actualizados sobre demandantes de empleo, paro y contratación se pueden consultar [aquí](#).



Fuente: EPA | Instituto de Estadística, Comunidad de Madrid

PERSPECTIVAS DE FUTURO

A medio plazo las tendencias de futuro del sector son:



En términos de **ocupación**, las tendencias más relevantes para el desarrollo de las funciones y competencias de este profesional son el cambio tecnológico (automatización y las nuevas herramientas de software 4.0, Big Data, Inteligencia Artificial y Análisis Predictivo) que va acompañado de **mayores necesidades de análisis y gestión de datos**, la globalización (exposición a mercados exteriores) que necesitará de competencias como la de predicción y anticipar

el cambio, **los conocimientos de idiomas y conocimientos de los mercados extranjeros**, y el cambio de las pautas de consumo (productos personalizados que se adapten a su estilo de vida) que supone un **conocimiento de los software de última generación y de los nuevos canales de venta** (marketing digital) cada vez más especializados para identificar la mejor solución.

PERSPECTIVAS DE EMPLEO DE LA OCUPACIÓN

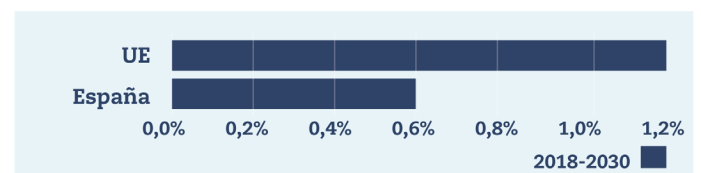
Cedefop realiza proyecciones cuantitativas de las tendencias futuras del empleo hasta 2030.

La proyección del grupo ocupacional “**profesionales de empresa y administración**” muestra un incremento de empleo del 0,6%, menor al de la Unión Europea (en torno al 1,2%).

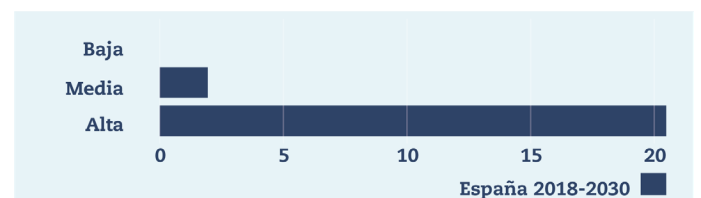
Se prevé una **creación de alrededor de 25.000 empleos**. La creación de empleo beneficiará a personas con nivel de cualificación alto.

Además, se estima que en este período se **reemplazarán 147.000 trabajadores** por jubilación u otros motivos.

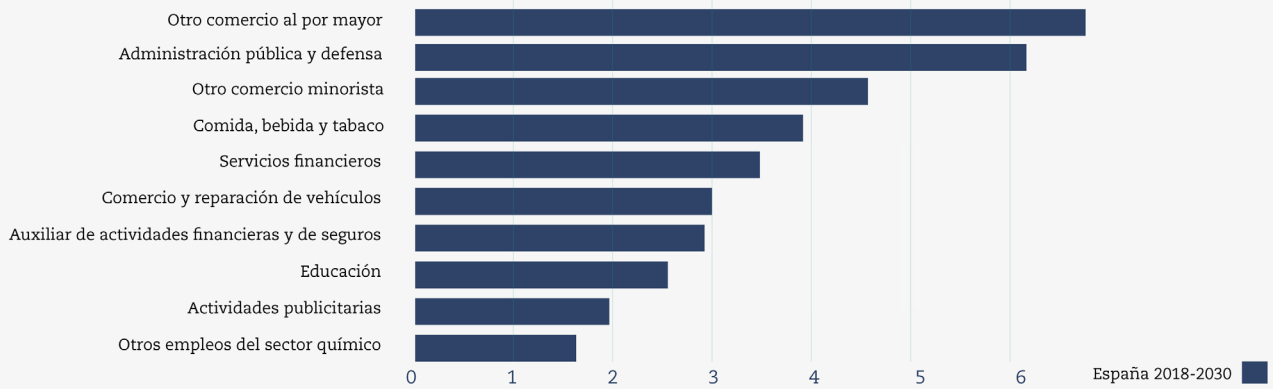
Los sectores en donde se prevé un mayor crecimiento del empleo (en números absolutos) serán el **comercio al por mayor y comercio al por menor**, entre otros.



Fuente: Cedefop. Crecimiento del empleo (%)
Ocupación: Profesionales de empresa y administración. Período: desde 2018 hasta 2030



Fuente: Cedefop. Crecimiento del empleo (miles) por nivel de cualificación.
Ocupación: Profesionales de empresa y administración. Período: desde 2018 hasta 2030



Fuente: Cedefop. Los 10 sectores con mayor empleo (números absolutos). Ocupación: Profesionales de empresa y administración. Período: desde 2018 hasta 2030

TENDENCIAS DE CAMBIO EN LAS COMPETENCIAS DE LA OCUPACIÓN



Los avances tecnológicos cambiarán los perfiles de cualificación de estos profesionales, especialmente debido al importante papel en la recogida, análisis y uso de datos (automatización y las nuevas herramientas de software 4.0 y Big Data, Inteligencia Artificial y Análisis Predictivo) en las organizaciones. Los cambios en los procesos de adquisición, gestión e interpretación automática de datos mejorarán el trabajo del profesional que cada vez deberá ir adquiriendo **funciones más analíticas**, ya no será suficiente con tener empatía y ser relacional, además ha de ser capaz analizar los datos del cliente para aportarles soluciones atractivas a su negocio. Por lo que se precisará entender un conjunto de nuevas tecnologías, identificando bien qué problema se ha de resolver y eligiendo las que mejor se adapten a sus necesidades.

La creciente globalización del comercio en un entorno empresarial en constante cambio pone de relieve la necesidad de competencias tales como **la capacidad de predicción y anticipar el cambio, la agilidad y adaptación y los conoci-**

mientos de idiomas. La exposición a los mercados extranjeros también requiere un profundo **conocimiento de los consumidores extranjeros.**

El cambio demográfico ha supuesto un cambio de los consumidores, que ahora realizan una búsqueda de información antes de adquirir un bien o servicio. Este nuevo rol por parte del consumidor caracterizado por, entre otros aspectos, buscar productos personalizados que se adapten a su estilo de vida, supone un desafío de la correcta interpretación y los software de última generación cada vez más especializados, por lo que los profesionales del sector deberán tener un **conocimiento actualizado de las herramientas y nuevos canales** para poder utilizar aquél que se adapte mejor a las necesidades del cliente. En este sentido, destaca como el crecimiento del marketing digital ha creado nuevas demandas de habilidades en áreas como la **optimización de los medios sociales, el mobile marketing, el análisis y el retorno de la inversión, y la gestión de clientes en los mercados internacionales.**

6. IDENTIFICACIÓN DE LA OCUPACIÓN

OCUPACIÓN

Técnico en publicidad y/o relaciones públicas

CÓDIGO SISPE

26511049

SECTOR

Servicios a las empresas

FAMILIA PROFESIONAL

Comercio y marketing

CNAE

Todos los sectores productivos. Preferentemente en 73 Publicidad y estudios de mercado.

OCUPACIONES SISPE AFINES

12221017 Directores de departamentos de publicidad y/o relaciones públicas, en general	26510567 Técnicos medios en publicidad y/o relaciones públicas
12211032 Directores de departamento de marketing	26511076 Técnicos superiores en investigación de mercados
12211023 Directores de departamento comercialización y ventas, en general	26521015 Técnicos superiores en publicidad y relaciones públicas, en general
26511030 Técnicos en estudios de mercado y opinión pública	34041028 Técnicos en trabajos de campo (gestión empresarial)
26511058 Técnicos medios en investigación de mercados	35321013 Técnicos en organización de ferias y eventos

OTRAS OCUPACIONES AFINES

Asistente del Jefe de Producto	Técnico en Marketing
Auxiliar de medios en empresas de publicidad	Organizador de eventos de marketing y comunicación
Controlador de cursaje o emisión en medios de comunicación	

CNO-11

2651 Profesionales de la publicidad y la comercialización

CIUO-08

2431 Profesionales de la publicidad y la comercialización

OCUPACIONES ESCO AFINES

Más general que ESCO	Especialista en publicidad
----------------------	----------------------------