


TÉCNICOS SUPERIORES EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS, EN GENERAL

1. MISIÓN Y FUNCIONES

 **MISIÓN** Los técnicos superiores en publicidad y relaciones públicas representan a una empresa u organización ante las partes interesadas y el público. En general utilizan estrategias de comunicación para promover una percepción favorable de sus actividades y de la imagen de sus clientes.

FUNCIONES

Planificar y organizar campañas de publicidad y estrategias de comunicación.

Asesorar a la dirección sobre las consecuencias que sus políticas, programas y prácticas tienen para las relaciones públicas, y preparar y controlar la emisión de notas de prensa.

Realizar y encomendar estudios de opinión pública, analizar los resultados obtenidos y planificar campañas de relaciones públicas y promocionales.

Organizar acontecimientos especiales, actos recreativos, competiciones y actos sociales para promover el fondo de comercio y una publicidad favorable.

Representar a su organización y organizar entrevistas con medios de comunicación.

Asistir a actos empresariales, sociales y de otro tipo para promover a su organización.

Encargar y obtener fotografías y otras ilustraciones.

Seleccionar, evaluar y examinar el material presentado por creativos, fotógrafos, ilustradores y cualesquiera otros para conseguir una publicidad favorable.

2. COMPETENCIAS

COMPETENCIAS Y CONOCIMIENTOS TÉCNICO PROFESIONALES

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS ESENCIALES

TRANSECTORIAL

Analizar los factores externos a una empresa
 Asesorar sobre la imagen pública
 Asesorar sobre las relaciones públicas
 Desarrollar estrategias de comunicación
 Elaborar estrategias de relaciones públicas
 Encargarse de las relaciones públicas
 Integrar la base estratégica en la práctica cotidiana
 Organizar conferencias de prensa
 Preparar materiales para una presentación

Proteger los intereses del cliente
 Realizar entrevistas
 Realizar presentaciones en público
 Redactar comunicados de prensa
 Utilizar distintos métodos de comunicación
 Analizar los factores externos a una empresa

ESPECÍFICAS DEL SECTOR

Entablar relaciones con los medios de comunicación
 Hablar en público

CAPACIDADES Y COMPETENCIAS OPTATIVAS

TRANSECTORIAL

Analizar los factores internos de una empresa
 Aplicar principios diplomáticos
 Asesorar sobre estrategias de comunicación
 Averiguar las necesidades del cliente
 Colaborar con encargados del control de calidad
 Colaborar con los políticos
 Colaborar estrechamente con equipos de noticias
 Concebir ideas creativas
 Coordinar campañas publicitarias

Crear una red profesional
 Efectuar el seguimiento de las noticias
 Elaborar estrategias de comercialización
 Elaborar instrumentos promocionales
 Establecer relaciones comerciales
 Establecer relaciones en la comunidad
 Establecer relaciones internacionales
 Hablar idiomas
 Hacer presentaciones en directo
 Moderar un foro

Planificar una campaña de publicidad
Realizar un análisis de la empresa

Recopilar contenido
Utilizar la analítica con fines comerciales

CONOCIMIENTOS ESENCIALES

Estudios de mercado
Formación de la opinión pública
Planificación estratégica
Principios de comunicación

Principios diplomáticos
Responsabilidad social de las empresas
Retórica

CONOCIMIENTOS OPTATIVOS

Conceptos psicológicos
Estrategia de marketing de contenidos
Gestión de costes
Gestión de los medios sociales de comunicación

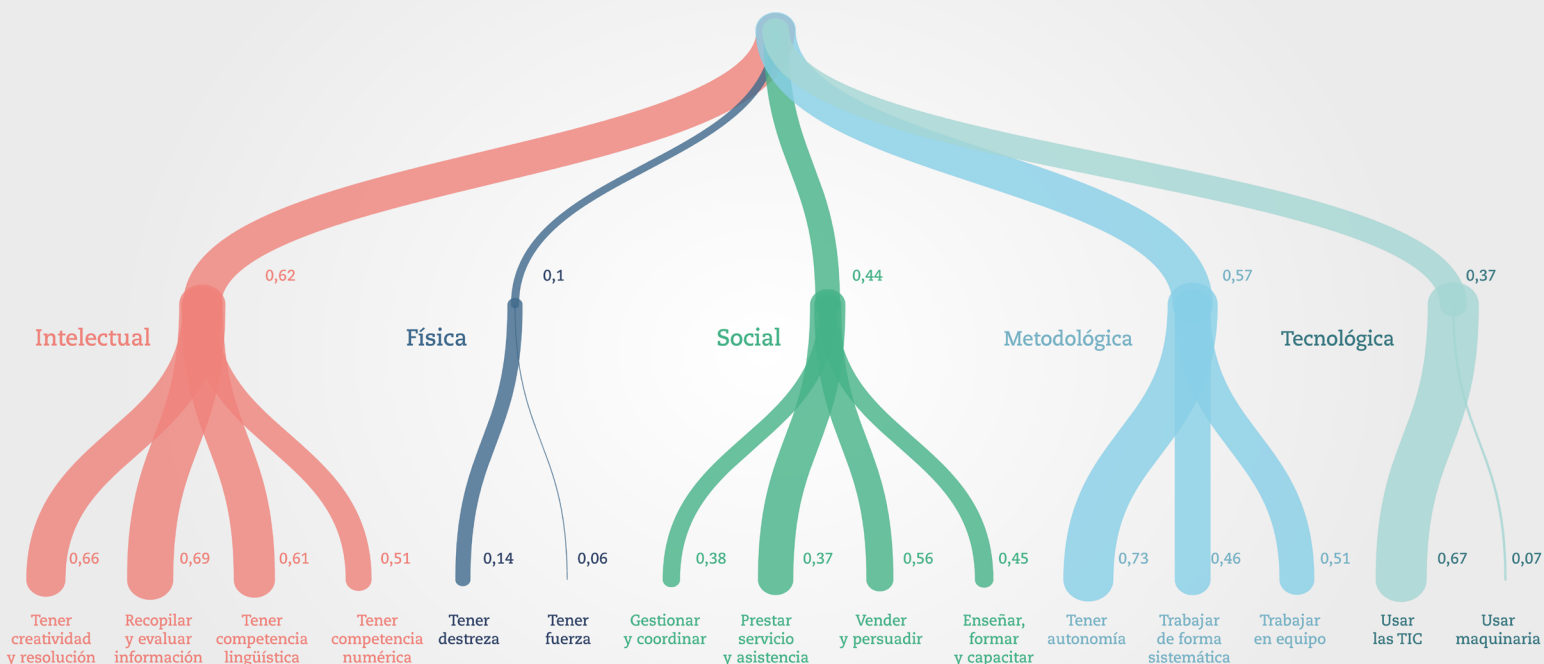
Legislación en materia de derechos de autor
Normas y directrices de gestión de empresas
Representación de la autoridad pública
Tipos de medios de comunicación

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 TIC, tener creatividad y resolución y tener competencia lingüística**.



COMPETENCIAS CLAVE



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 nivel de estudios superior, un número importante 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 Se reparte de forma equilibrada entre indefinida y temporal.

JORNADA LABORAL Se reparte de forma equilibrada entre parcial y completa.

RETRIBUCIÓN El salario medio de los técnicos superiores 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 grandes empresas, en el departamento de publicidad y comunicación corporativa. Puede trabajar como técnico o responsable de las relaciones públicas, un puesto de trabajo que a veces se denomina responsable o director de comunicación corporativa. En menor medida, puede trabajar en empresas especializadas en relaciones públicas. La vía de promoción más común es mediante la asunción de funciones de dirección de marketing y hacia posiciones de CEO.

5. CONTEXTO

INFORMACIÓN SECTORIAL



El sector de Servicios a las empresas tiene 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.

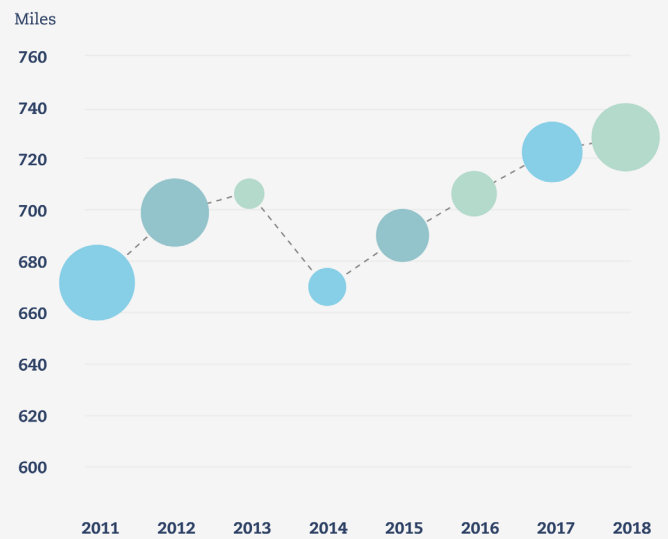
En 2018 **738.100 personas trabajadoras · 50% mujeres**



La **ocupación 2652** (Profesionales de relaciones públicas) 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 secundarios. Tres personas de cada diez tienen 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 que va acompañado de **mayores necesidades de análisis y gestión de datos** y donde 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. Además, la globalización (exposición a mercados exteriores) nece-

sitará de **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) y comunicación (redes sociales) cada vez más especializados para identificar la mejor solución.

PERSPECTIVAS DE EMPLEO DE LA OCUPACIÓN

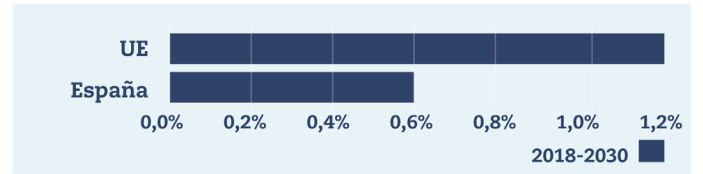
Cedefop realiza proyecciones cuantitativas de las tendencias futuras del empleo hasta 2030.

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%).

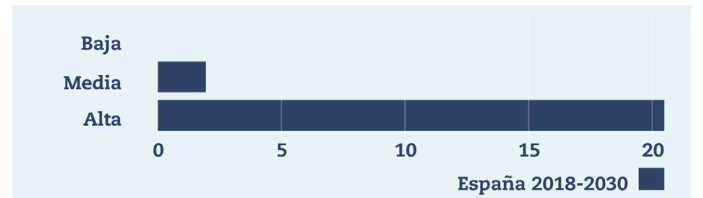
Se prevé una **creación de alrededor de 25.000 empleos**. La creación de empleo beneficiará a personas con nivel de cualificación alto.

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

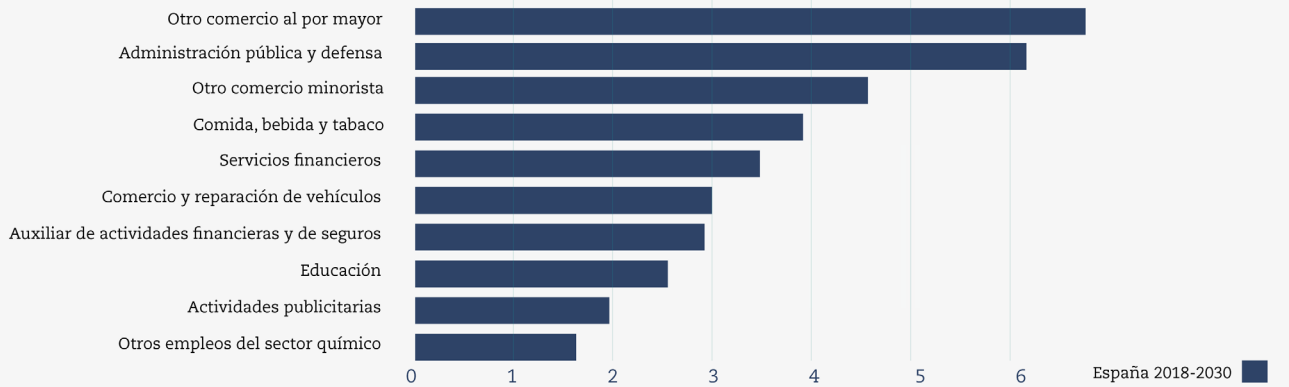
Los sectores en donde se prevé un mayor crecimiento del empleo (en números absolutos) serán el **comercio al por mayor y comercio al por menor**, entre otros.



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 cambios en los procesos de adquisición, gestión e interpretación automática de datos mejorarán el trabajo del profesional en publicidad y/o relaciones públicas que cada vez deberá ir adquiriendo **funciones más analíticas**, ya no será suficiente con tener empatía y ser relacional, además ha de ser capaz de 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 conocimientos 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 cómo 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		CÓDIGO SISPE	
Técnico superior en Publicidad y relaciones públicas, en general		26521015	
SECTOR		FAMILIA PROFESIONAL	
Servicios a las empresas		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		26511049 Técnico en publicidad y/o relaciones públicas	
12211032 Directores de departamento de marketing		26511058 Técnicos medios en investigación de mercados	
12211023 Directores de departamento comercialización y ventas, en general		26510567 Técnicos medios en publicidad y/o relaciones públicas	
26511030 Técnicos en estudios de mercado y opinión pública		26511076 Técnicos superiores en investigación de mercados	
		34041028 Técnicos en trabajos de campo (gestión empresarial)	
		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		CIUO-08	
2651 Profesionales de la publicidad y la comercialización		2432 Profesionales de relaciones públicas	
OCUPACIONES ESCO AFINES			
Más general que ESCO		Encargado/a de relaciones públicas	