
CICLO GRADO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD.

1. DENOMINACIÓN DEL CICLO.

- **Denominación del ciclo formativo: Marketing y Publicidad.**
- **Grado: Superior.**
- **Modalidad: Semipresencial**
- **Competencia general del título:**

Las competencias profesionales del título, de acuerdo con el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales, son las siguientes:

- a) **Cualificación profesional completa "Asistencia a la investigación comercial"**, que comprende las siguientes unidades de competencia:
 - Preparar la información e instrumentos necesarios para la investigación de mercados.
 - Organizar y controlar la actividad de los encuestadores.
 - Realizar encuestas y/o entrevistas utilizando las técnicas y procedimientos establecidos.
 - Colaborar en el análisis y obtención de conclusiones a partir de la investigación de mercados.
- b) **Cualificación profesional incompleta "Gestión de marketing y comunicación"**, de la que se incluyen las competencias:
 - Asistir en la definición y seguimiento de las políticas y plan de marketing.
 - Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y servicios en el mercado.
 - Organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, siguiendo el protocolo y criterios establecidos.
 - Asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes establecido.
 - Elaborar y difundir en diferentes soportes, materiales, sencillos y autoeditables, publipromocionales e informativos.
- c) **Cualificación profesional incompleta "Atención al cliente, consumidor o usuario"**, de la que se incluyen las competencias:
 - Ejecutar las acciones del servicio de Atención al Cliente/ Consumidor/Usuario.
 - Gestionar las quejas y reclamaciones del cliente/consumidor/usuario.
- d) **Cualificación profesional incompleta "Gestión comercial y financiera del transporte por carretera"**, de la que se incluye la competencia:
 - Gestionar la actividad económico-financiera del transporte por carretera.
 - Entorno profesional:

Este profesional ejerce su actividad en empresas de cualquier sector productivo y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado realizando funciones de planificación, organización y gestión de actividades de marketing, investigación comercial, publicidad relaciones públicas.



Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:

- Asistente del Jefe de producto.
- Técnico de Marketing.
- Técnico en Publicidad.
- Técnico en Relaciones Públicas.
- Organizador de eventos de marketing y comunicación.
- Auxiliar de medios en empresas de publicidad.
- Controlador de cursaje o emisión en medios de comunicación.
- Técnico en estudios de mercado y opinión pública.
- Técnico en trabajos de campo.
- Inspector de encuestadores.
- Agente de encuestas y censos.
- Codificador de datos para investigaciones de mercados.

2. NORMATIVA.

- El Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre.
- Orden de 15 de abril de 2014.

3. MÓDULOS PROFESIONALES OFERTADOS PARA EL CURSO 2018/19.

DENOMINACIÓN	HORAS TOTALES
<i>Gestión económica y financiera de la empresa</i>	192 Horas
<i>Políticas de marketing</i>	256 Horas
<i>Marketing digital</i>	126 Horas
<i>Diseño y elaboración de material de comunicación</i>	105 Horas
<i>Medios y soportes de comunicación</i>	84 Horas
<i>Relaciones públicas y organización de eventos de marketing</i>	84 Horas
<i>Investigación comercial</i>	160 Horas
<i>Trabajo de campo en la investigación comercial</i>	84 Horas
<i>Lanzamiento de productos y servicios</i>	84 Horas
<i>Atención al cliente, consumidor y usuario</i>	128 Horas
<i>Inglés</i>	128 Horas
<i>Formación y orientación laboral</i>	96 Horas
<i>Horas de libre configuración</i>	63 Horas

En cada curso escolar se podrán cursar como máximo un total de 1000 horas sumando las horas totales de los módulos profesionales cursados.



3.1. Módulos profesionales con dependencias educativas.

En este ciclo formativo **no existen módulos profesionales que, obligatoriamente, se tengan que cursar antes que otros**, aunque **es muy recomendable** cursar los siguientes módulos profesionales antes que otros:

- **Investigación comercial antes que:**
 - *Trabajo de campo en la investigación comercial.*
- **Políticas de marketing antes que:**
 - *Medios y soportes de comunicación*
 - *Relaciones públicas y organización de eventos de marketing*
 - *Diseño y elaboración de material de comunicación*
 - *Lanzamiento de productos y servicios*
 - *Marketing digital*

Asimismo **es recomendable** cursar los siguientes módulos profesionales de forma conjunta:

- **Primer curso:**

Gestión económica y financiera de la empresa.
Políticas de marketing.
Investigación comercial.
Atención al cliente, consumidor y usuario.
Inglés.
Formación y orientación laboral.

- **Segundo curso:**

Marketing digital.
Diseño y elaboración de material de comunicación.
Medios y soportes de comunicación.
Relaciones públicas y organización de eventos de marketing.
Trabajo de campo en la investigación comercial.
Lanzamiento de productos y servicios.
Horas de libre configuración.

4. MODALIDAD SEMIPRESENCIAL.

4.1. Información general.

La formación profesional semipresencial tiene un carácter de oferta modular, es decir, la solicitud para cursar esta oferta se realiza de los módulos profesionales que pertenecen al ciclo formativo.

Una vez superados todos los módulos profesionales del ciclo formativo se puede obtener el título correspondiente, a todos los efectos la validez de los estudios es la misma que en la formación profesional presencial, es el mismo título pero impartido con una modalidad diferente.

Estas enseñanzas de formación profesional en la modalidad semipresencial incluyen



autoaprendizaje telemático y sesiones presenciales de formación en el centro educativo a las que el alumnado debe asistir.

4.2. Organización de las sesiones presenciales (únicamente en semipresencial)

HORAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
15:45 16:45					
16:45 17:45		FOL	MSC	GFE	
17:45 18:45	RPOEM	ING	DIELA	GFE	
18:45 19:00	Recreo				
19:00 20:00	TCIC	ATCU	LPS	PM	
20:00 21:00	MD	IC	HLC	PM	
21:00 22:00		IC			

ABREV.	MÓDULOS	HORAS PRESENCIALES SEMANALES
DEMC	Diseño y Elaboración de Material de Comunicación	1
LPS	Lanzamiento de Productos y Servicios	1
MSC	Medios y Soportes de Comunicación	1
RPOEM	Relaciones Públicas y Organización de Eventos de Marketing	1
MD	Marketing digital	1
TCIC	Trabajo de Campo en la Investigación Comercial	1
HLC	Horas de Libre Configuración	1
ING	Inglés	1
IC	Investigación comercial	2
ATCU	Atención al cliente, consumidor y usuario	1
GEFE	Gestión económica y financiera de la empresa	2
FOL	Formación y orientación laboral	1
PM	Políticas de marketing	2



4.3. Organización de las sesiones a distancia

Las sesiones a distancia (online) las desarrollará el alumnado a través de Internet sin necesidad de acudir al centro educativo accediendo a una plataforma virtual en la que tendrá acceso a los distintos módulos profesionales en los que encontrará toda la información necesaria sobre el módulo profesional: programación, contenidos, actividades...

Desde el centro se le proporcionará todo el apoyo telemático necesario para resolver cualquier duda que se le pueda presentar al alumnado. Además se indicarán los tiempos recomendados para realizar las tareas y finalizar las unidades que componen los distintos módulos profesionales.

5. FECHAS PREVISTAS PARA PRUEBAS PRESENCIALES (ÚNICAMENTE EN SEMIPRESENCIAL)

Con carácter orientativo, las fechas y horarios previstos en el curso 2019-2020 para las pruebas presenciales de los módulos profesionales son:

- En diciembre.
- En marzo.
- Mayo.
- En junio.

Para todos los módulos profesionales será necesaria la asistencia a los exámenes presenciales en el centro educativo.



6. ITINERARIOS RECOMENDADOS POR EL EQUIPO EDUCATIVO.

PRIMER ITINERARIO:

Perfil del alumnado: Este itinerario está destinado a un alumnado que tiene un nivel del **idioma aceptable**, tiene **conocimientos del ciclo** y dispone de **mucho tiempo** para dedicar a cada curso académico en los que se divide el itinerario, y pocas obligaciones que no sean dedicarse a sacar adelante sus estudios.

Características: En este itinerario se intenta que el alumno finalice sus estudios en tres cursos. Por tanto, el alumno con el perfil anterior le sería posible sacar adelante (no sin esfuerzo y dedicación) seis módulos el primer año y seis el segundo quedando para el tercer año el Proyecto integrado y la Formación en centros de trabajo.

Horas semanales de dedicación: Varían de un curso a otro, estimando de forma aproximada una dedicación para el primer curso de **45 horas**, para el segundo de **45 horas** y para el tercero se estiman que serán necesarias un total de 410 horas al año que serán destinadas a la FCT y Proyecto Marketing y Publicidad.

Itinerario 1				
Año	Módulo profesional	Horas totales	Dedicación semanal media on-line que se estima necesaria	Horas de asistencia presencial semanal en el centro
Primer Curso	Gestión económica y financiera de la empresa.	192 horas	9	2
	Políticas de marketing.	256 horas	12	2
	Investigación comercial.	160 horas	7,5	2
	Atención al cliente, consumidor y usuario.	128 horas	6	1
	Inglés.	128 horas	6	1
	Formación y orientación laboral.	96 horas	4,5	1
TOTAL		960 Horas	45 Horas	9 Horas
Segundo Curso	Marketing digital.	126 horas	9	1
	Diseño y elaboración de material de comunicación.	105 horas	7,5	1
	Medios y soportes de comunicación.	84 horas	6	1
	Relaciones públicas y organización de eventos de marketing.	84 horas	6	1
	Trabajo de campo en la investigación comercial.	84 horas	6	1
	Lanzamiento de productos y servicios.	84 horas	6	1
	Horas de libre configuración.	63 horas	4,5	1
TOTAL		630 Horas	45 Horas	7 Horas



	Proyecto Mark y P	60 horas	
Tercer Curso	FCT	350 horas	No es fácil dar una aproximación semanal, porque existe bastante flexibilidad, y pueden establecerse duraciones distintas para cada alumno o alumna, y cada empresa, dentro de esos mínimos, dependiendo de las circunstancias de la empresa. Eso sí, la FCT debe tenerse en cuenta que son horas en las que hay que cumplir un horario real en una empresa real, de forma presencial
TOTAL		410 Horas	



SEGUNDO ITINERARIO:

Perfil del alumnado: Se aconseja este itinerario a aquellos alumnos y alumnas que teniendo un nivel del **idioma aceptable** y **conocimientos sobre el ciclo**, disponen de un poco **menos de tiempo**, pudiendo dedicar a los estudios a lo sumo una media semanal de entre **25-30 horas** por lo que no se recomienda la matriculación en más de 4 módulos por curso.

Características: Está constituido por 4 cursos en los que se ha tratado de dividir los módulos de tal forma que la dedicación horaria estimada semanal, puede ser llevadera atendiendo al perfil del alumnado al que se dirige.

Horas semanales de dedicación: En este itinerario se estima que para los 3 primeros cursos bastará con una media de **30 horas semanales**, dejando más liberado el último curso.

Itinerario 2				
Año	Módulo profesional	Horas totales	Dedicación semanal media on-line que se estima necesaria	Horas de asistencia presencial semanal en el centro
Primer Curso	Políticas de marketing.	256 Horas	12	2
	Investigación comercial.	160 Horas	7,5	2
	Inglés.	128 Horas	6	1
	Formación y orientación laboral.	96 horas	4,5	1
TOTAL		640 Horas	30 Horas	6 Horas
Segundo Curso	Gestión económica y financiera de la empresa.	192 horas	9	2
	Marketing digital.	126 horas	9	1
TOTAL		318 Horas	18 horas	3
Tercer Curso	Diseño y elaboración de material de comunicación.	105 horas	7,5	1
	Horas de libre configuración.	63 horas	4,5	1
	Atención al cliente, consumidor y usuario.	128 horas	6	1
	Medios y soportes de comunicación.	84 horas	6	1
	Lanzamiento de productos y servicios.	84 horas	6	1
	Relaciones públicas y organización de eventos de marketing.	84 horas	6	1
	Trabajo de campo en la investigación comercial.	84 horas	6	1
TOTAL		632 Horas	42 Horas	7 Horas
Cuarto Curso	Proyecto de marketing y publicidad	60 horas		
	Formación en centros de trabajo	350 horas		
TOTAL		410 Horas		



TERCER ITINERARIO:

Perfil del alumnado: Se recomienda cursar el ciclo según este itinerario a aquel alumnado que tiene un nivel del idioma muy bajo y pocos conocimientos del ciclo, así como disponer aún de **menos tiempo**.

Características: Este itinerario se ha elaborado pensando que el alumnado, al no tener un buen nivel de idioma, bajos conocimientos sobre el ciclo y disponer de poco tiempo, durante los dos primeros años académicos le aconsejamos cursar sólo tres módulos con el fin de, en caso de superar algún módulo en el primer y/o segundo curso, pueda volver a matricularse de él en los dos siguientes.

Horas semanales de dedicación: Para los 4 primeros cursos se estima que el alumnado podrá necesitar una media de **23 horas semanales** y para el último curso poder dedicarlo a la Formación en Centros de Trabajo y Proyecto Integrado.

Itinerario 3				
Año	Módulo profesional	Horas totales	Dedicación semanal media on-line que se estima necesaria	Horas de asistencia presencial semanal en el centro
Primer Curso	Políticas de marketing	256 horas	12	2
	Inglés.	128 horas	6	1
	Formación y orientación laboral	96 horas	4,5	1
TOTAL		480 Horas	23 Horas	4 Horas
Segundo Curso	Gestión económica y financiera de la empresa	192 horas	9	2
	Investigación comercial	160 horas	7,5	1
	Atención al cliente, consumidor y usuario	128 horas	6,5	1
TOTAL		480 Horas	23 Horas	4 Horas
Tercer Curso	Marketing digital.	126 horas	9	1
	Diseño y elaboración de material de comunicación.	105 horas	7,5	1
	Medios y soportes de comunicación.	84 horas	6,5	1
TOTAL		315 Horas	23 Horas	3 horas
Cuarto Curso	Relaciones públicas y organ. de eventos de marketing.	84 horas	6	1
	Trabajo de campo en la investigación comercial.	84 horas	6	1
	Lanzamiento de productos y servicios.	84 horas	6,5	1
	Horas de libre configuración.	63 horas	4,5	1
TOTAL		315 Horas	23 Horas	4 Horas
Quinto Curso	Proyecto de marketing publicidad	60 horas		
	Formación en centros de trabajo	350 horas		
TOTAL		410 Horas		

