

Informe sobre ciclos formativos en modalidad de oferta parcial diferenciada



Contenido

1. Justificación.	3
2. Criterios generales a los ciclos formativos.	4
3. Criterios específicos a los módulos profesionales.	4
4. Organigrama de procedimiento para la determinación de Ciclos Formativos en la modalidad semipresencial.	5
5. Datos generales de presencialidad y on line del título y módulos profesionales.....	6
6. Datos de necesidades de presencialidad por módulo profesional y resultados de aprendizaje.....	7
7. Datos en porcentajes del título y sus módulos profesionales.	8
8. Referencias del título y sus módulos profesionales.	11

1. Justificación.

Los ciclos formativos de formación profesional inicial se caracterizan, entre otras cuestiones, por la tipología y estructura de los módulos profesionales que los configuran, constituyéndose en áreas de conocimiento teórico-prácticas. Para asociar esta circunstancia a la modalidad de oferta parcial diferenciada, es necesario distinguir y combinar en el currículo métodos que den respuesta, tanto a las enseñanzas de carácter virtual como a las estrictamente presenciales.

Es preceptivo realizar un análisis de los contenidos de los módulos profesionales de cada ciclo formativo, estableciéndose criterios que favorezcan la determinación en tiempo de los requerimientos formativos para el desarrollo de aspectos conceptuales y procedimentales susceptibles de impartirse virtualmente, frente a aquellos que requieren necesidades de presencialidad.

Este documento contiene información de utilidad a los Centros con posible oferta parcial diferenciada en FPI y está dirigida fundamentalmente a:

- Conocer los datos básicos para la impartición on line y presencial referidos a cada módulo profesional. Son el resultado del análisis de los contenidos asociados a cada resultado de aprendizaje de los diversos módulos profesionales, en términos de conceptos, procedimientos y actitudes, distinguiendo entre aquellos procedimientos con requerimientos específicos de presencialidad en aula y otros procedimientos susceptibles de impartirse on line. También son la base, junto a otros datos y criterios para los cálculos de los posibles cupos del profesorado.
- Identificar algunos datos relacionados con los diversos módulos profesionales que configuran el ciclo formativo que pueden ser referente o ayuda para determinar posibles itinerarios formativos.
- Identificar las referencias competenciales básicas relacionadas con los diversos módulos profesionales que ayuden al diseño de las actividades de enseñanza-aprendizaje que procedan.

2. Criterios generales a los ciclos formativos.

En este sentido, tras realizar el citado análisis y con objeto de determinar los ciclos formativos que podrían ser ofertados en esta modalidad de oferta parcial diferenciada, se establecen los siguientes criterios generales:

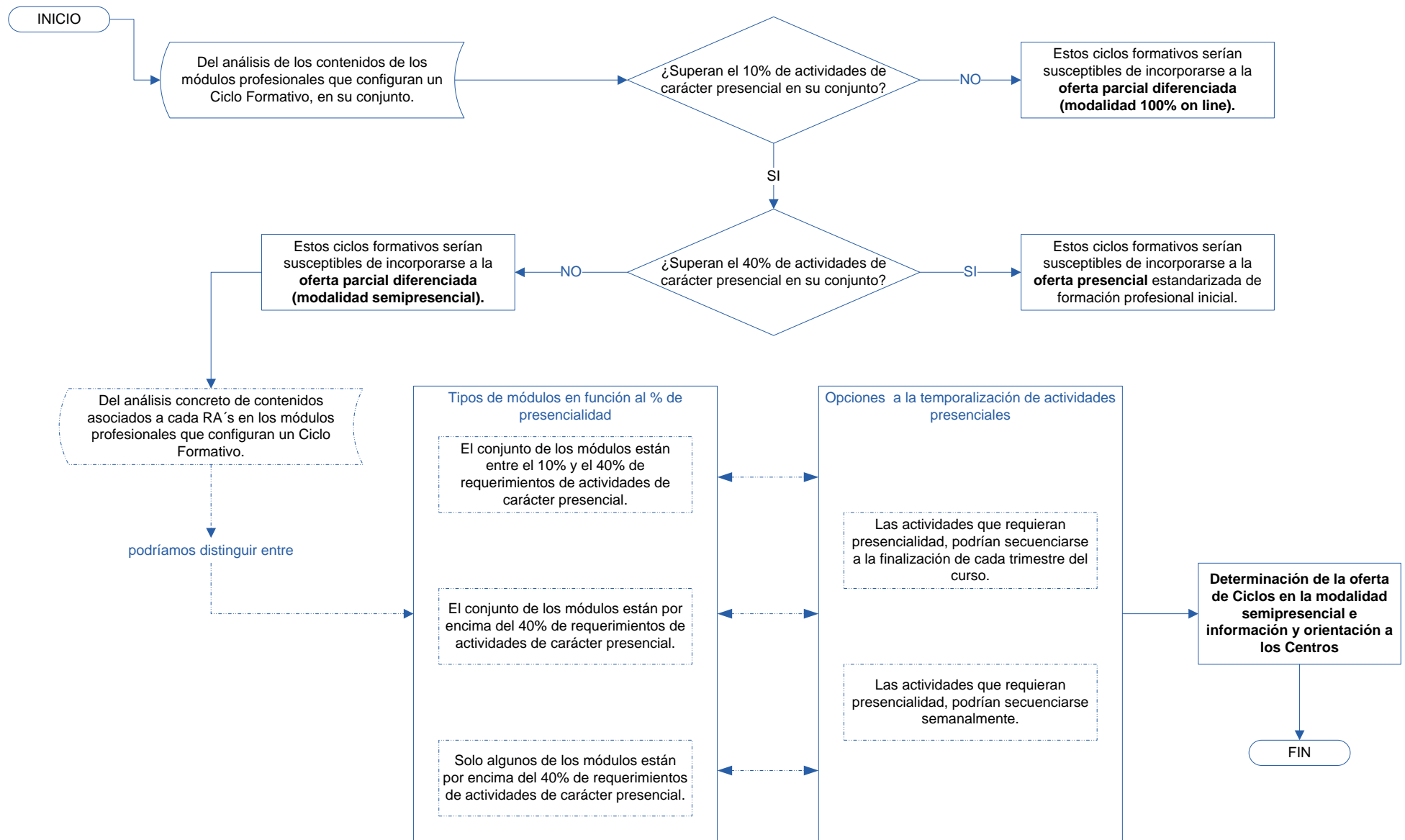
- Los ciclos formativos que no superen el 10% de formación de carácter presencial podrían formar parte de la modalidad de oferta parcial diferenciada (100% on line).
- Los ciclos formativos con necesidades formativas de carácter presencial situados entre el 10% y el 40%, podrían ser ofertados en la modalidad de oferta parcial diferenciada (semi-presencial).
- Los ciclos formativos con necesidades formativas de carácter presencial superiores al 40%, no formaran parte de la modalidad de oferta parcial diferenciada.

3. Criterios específicos a los módulos profesionales.

Por la diversidad de los módulos profesionales que configuran cada ciclo formativo, la posible estructura formativa y organizativa de los mismos en el centro educativo, se concretará estableciendo criterios que atiendan a la especificidad de cada módulo o en su conjunto si tuvieran características muy similares. No obstante, esta modalidad ha de caracterizarse por su flexibilidad en la secuencia y temporalización de las enseñanzas, y será el centro docente el que definitivamente determine los parámetros más convenientes. En este sentido algunas orientaciones podrían ser:

- En función del peso formativo de carácter presencial de cada módulo profesional asociar distintas opciones para su temporalización, como, por ejemplo:
 - a) Con presencialidad de hasta el 10% podrían concentrar las actividades distribuidas en el tramo final del curso. En estos casos, los módulos profesionales podrían impartirse de forma similar a sus homólogos en los ciclos formativos ofertados 100% a distancia, y en cualquier caso, estos módulos profesionales coincidirán con los reflejados en el anexo VI de las Órdenes que regulan los ciclos formativos en Andalucía, en la opción de susceptibles de ser ofertados en la modalidad a distancia.
 - b) Con presencialidad entre el 10% y el 40% podrían concentrarse las actividades distribuidas en el tramo final de cada trimestre o semanalmente.
- Con objeto de determinar la secuencia intermodular adecuada a los posibles itinerarios formativos, se tendrán en cuenta lo descrito en las orientaciones a la oferta parcial recogidas en el anexo III de las Órdenes que regulan los ciclos formativos en Andalucía.
- Establecer con carácter general sesiones presenciales de tutorías colectivas, voluntarias u obligatorias, con una secuencia al menos, quincenal.

4. Organigrama de procedimiento para la determinación de Ciclos Formativos en la modalidad semipresencial.



5. Datos generales de presencialidad y on line del título y módulos profesionales.

% TOTAL ON LINE: 65

% TOTAL PRESENCIAL: 0

% RESTO MÓDULOS: 35

FAMILIA PROFESIONAL: Comercio y Marketing

TÍTULO: Técnico Superior en Marketing y Publicidad

GRADO: superior

CONTEXTUALIZADO:

CÓDIGOS	MÓDULOS PROFESIONALES	H. MÓDULO	% ON LINE	H. ON LINE	% PRESENCIAL	H. PRESENCIALES
0000	Horas de libre configuración	63				
0179	Inglés	128	100	128		
0623	Gestión económica y financiera de la empresa.	192	100	192		
0930	Políticas de marketing	256	100	256		
0931	Marketing digital	126	100	126		
1007	Diseño y elaboración de material de comunicación	105	100	105		
1008	Medios y soportes de comunicación	84	100	84		
1009	Relaciones públicas y organización de eventos de marketing	84	100	84		
1010	Investigación comercial	160	100	160		
1011	Trabajo de campo en la investigación comercial	84	100	84		
1012	Proyecto de marketing y publicidad	60				
1013	Formación en centros de trabajo	350				
1014	Formación y orientación laboral	96				
1109	Lanzamiento de productos y servicios	84	100	84		
1110	Atención al cliente, consumidor y usuario	128	100	128		
		2000		1431		

6. Datos de necesidades de presencialidad por módulo profesional y resultados de aprendizaje.

TÉCNICO SUPERIOR EN MÁRketing Y PUBLICIDAD																				
DATOS PRESENCIALIDAD MP			RA1		RA2		RA3		RA4		RA5		RA6		RA7		RA8		TOTALES	
COD	H TOT	MÓDULO PROFESIONAL	H RA	H PR	H RA	H PR	H RA	H PR	H RA	H PR	H RA	H PR	H RA	H PR	H RA	H PR	H RA	H PR	T PR	T DI
0930	256	POLÍTICAS DE MARKETING	50	0	50	0	25	0	25	0	50	0	15	0	26	0	15	0	0	256
1008	84	MEDIOS Y SOPORTES DE COMUNICACIÓN	18	0	25	0	25	0	8	0	8	0							0	84
1011	84	TRABAJO DE CAMPO EN LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL	15	0	11	0	11	0	15	0	22	0	10	0					0	84
1010	160	INVESTIGACIÓN COMERCIAL	20	0	10	0	10	0	20	0	20	0	30	0	40	0	10	0	0	160
1009	84	RELACIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING	21	0	21	0	14	0	7	0	7	0	14	0					0	84
1109	84	LANZAMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	14	0	12	0	23	0	23	0	12	0							0	84
1110	128	ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO	22	0	16	0	18	0	14	0	18	0	18	0	22	0			0	128
1007	105	DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MATERIAL DE COMUNICACIÓN	21	0	24	0	17	0	25	0	18	0							0	105
0623	192	GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA	30	0	30	0	35	0	35	0	35	0	27	0					0	192
0931	126	MARKETING DIGITAL	12	0	10	0	20	0	22	0	22	0	22	0	18	0			0	126

H.TOT.: Horas totales del módulo profesional.

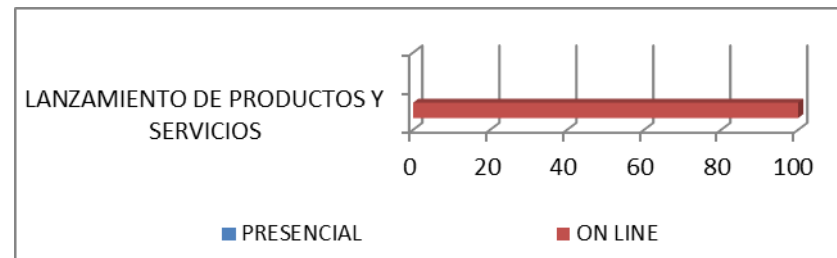
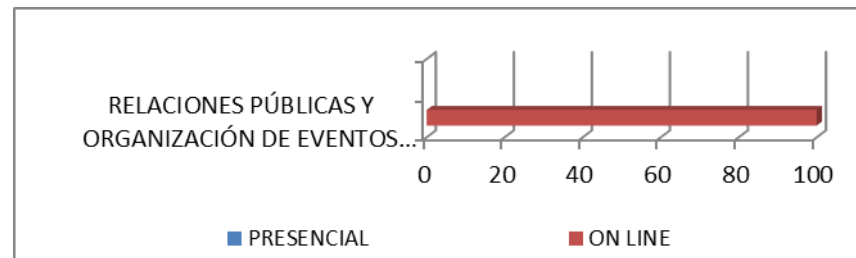
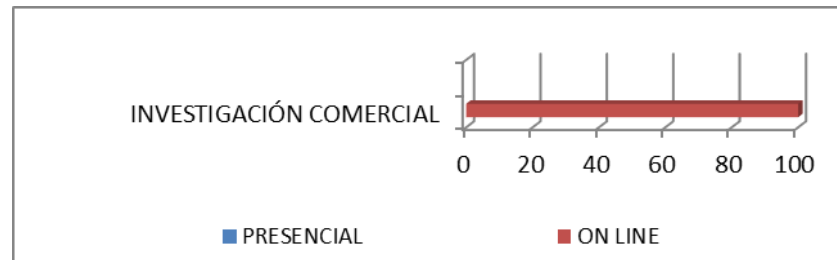
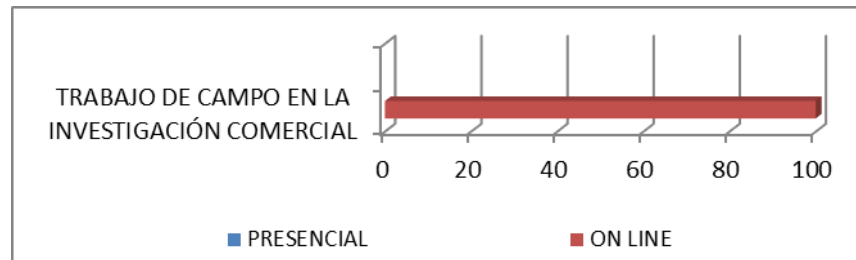
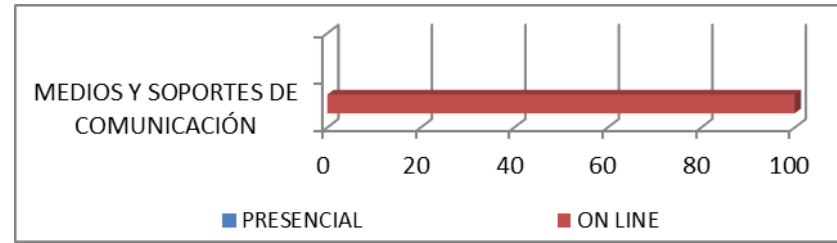
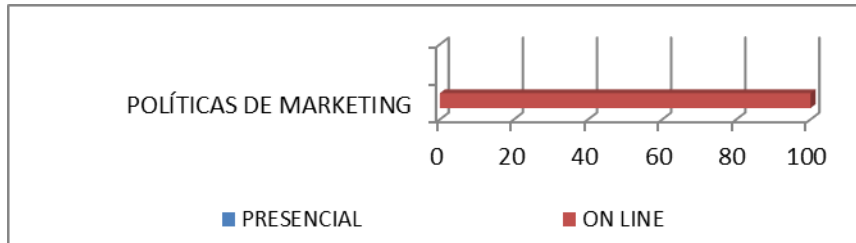
RA.: Resultado de aprendizaje.

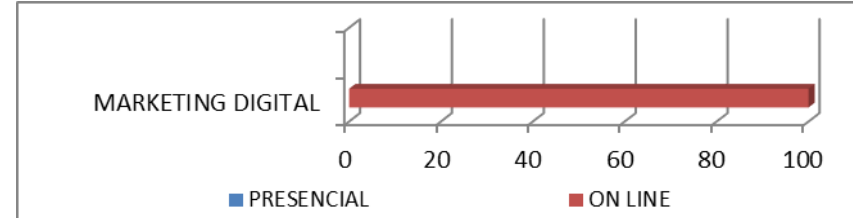
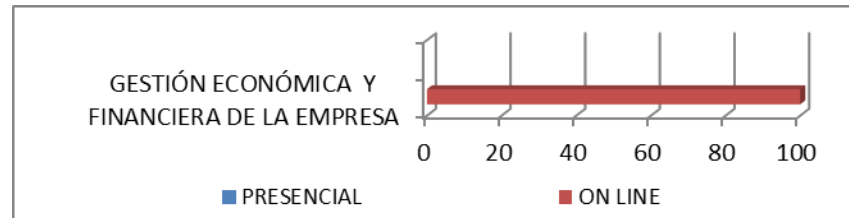
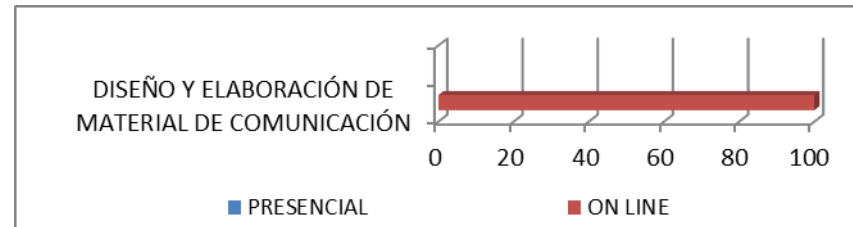
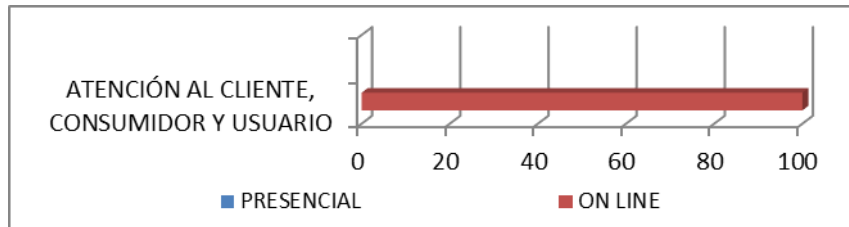
H.RA.: Horas de formación del resultado de aprendizaje.

H.PR.: Horas de formación del resultado de aprendizaje que requieren presencialidad por sus características procedimentales.

7. Datos en porcentajes del título y sus módulos profesionales.







8. Referencias del título y sus módulos profesionales.

Información a tener en cuenta a la hora de configurar posibles itinerarios para el ciclo formativo en la modalidad semipresencial, así como para el diseño y determinación de actividades de enseñanza-aprendizaje (sobre todo de carácter presencial) para los módulos profesionales que las requieran.

Familia profesional: Comercio y Márketing				
Ciclo formativo: Marketing y Publicidad			Grado: Superior	Horas: 2000
Información relacionada con los módulos profesionales				
CÓDIGO	MÓDULO PROFESIONAL	PRES.	ASOCIADO A UC	TIPO
0000	Horas de libre configuración	SEGUNDO		
0179	Inglés	PRIMERO		Transversal
0623	Gestión económica y financiera de la empresa.	PRIMERO	UC2183_3	Transversal
0930	Políticas de marketing	PRIMERO	UC2185_3	Básico/Complementario/Transversal
0931	Marketing digital	SEGUNDO		
1007	Diseño y elaboración de material de comunicación	SEGUNDO	UC2189_3	
1008	Medios y soportes de comunicación	SEGUNDO	UC2188_3	
1009	Relaciones públicas y organización de eventos de marketing	SEGUNDO	UC2187_3	
1010	Investigación comercial	PRIMERO	UC0993_3 / UC0997_3	Básico/Transversal
1011	Trabajo de campo en la investigación comercial	SEGUNDO	UC0994_3 / UC0995_2	
1012	Proyecto de marketing y publicidad	SEGUNDO		Transversal
1013	Formación en centros de trabajo	SEGUNDO		
1014	Formación y orientación laboral	PRIMERO		Transversal
1109	Lanzamiento de productos y servicios	SEGUNDO	UC2183_3	
1110	Atención al cliente, consumidor y usuario	PRIMERO	UC0241_2 / UC0245_3	Complementario

PRES.: Distribución del módulo profesional por cursos en oferta presencial.

ASOCIADO A UC.: Los asociados a unidades de competencia tienen referencias válidas para el diseño de posibles actividades de enseñanza-aprendizaje en las realizaciones profesionales y criterios de realización de las mismas.

TIPO: (atendiendo al Anexo III de las Órdenes que regulan los títulos de FPI en Andalucía que recoge orientaciones para elegir un itinerario en la modalidad de oferta parcial).

Básico: Contiene formación soporte imprescindible para el desarrollo de otros módulos profesionales del ciclo, deberían cursarse de forma secuenciada.

Complementario: Contiene formación complementaria a otros módulos profesionales, no deben cursarse de forma aislada.

Transversal: Contiene formación aplicable en otros módulos profesionales del ciclo.