



## ITINERARIOS FORMATIVOS CICLOS FP DISTANCIA: FAMILIA PROFESIONAL DE COMERCIO Y MARKETING.

### *Ciclo formativo de grado superior de MARKETING Y PUBLICIDAD*

#### Itinerario 1.Corto.

Este itinerario está destinado a un alumnado que tener un nivel del idioma aceptable tener 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

En este itinerario se intenta que el alumnado finalice sus estudios en 3 cursos. Por tanto, es el alumno con el perfil anterior le sería posible sacar adelante (no sin esfuerzo y dedicación cinco módulos el primer año y ocho el segundo quedando para el tercer año el proyecto integrado y la formación en centros de trabajo.

HORAS	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO
	Políticas de Marketing:190 h.	Lanzamiento de productos y servicios.100 H.	Formación en centros de trabajo:400 H
	Gestión económica y financiera de la empresa.190 H	Diseño y elaboración de material de comunicación.160 H.	Proyecto de Marketing y Publicidad.40 H.
	Marketing digital:200 H.	Medios y soportes de Comunicación.80 H.	
	Inglés: 130 H.	Relaciones públicas y eventos de Marketing.80 H.	
	Investigación comercial:160 H.	Atención al cliente,consumidor y usuario.100 H.	
	Formación y orientación laboral.90 H.	Trabajo de campo de la investigación comercial.80 H.	
<b>TOTALES</b>	960H	600H	440H.





## Itinerario 2.Medio.

Se aconseja este itinerario a aquellos alumnos y alumnas que teniendo un nivel bajo del inglés nivel aceptable en matemáticas y con conocimientos sobre el ciclo disponen de un poco menos de tiempo, pudiendo dedicar a los estudios a lo sumo una media semanal de entre 0- 5 horas.

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

HORAS	1º CURSO	2º CURSO	3º CURSO	4º CURSO
	Políticas de Marketing:190 h.	<b>Gestión económica y financiera de la empresa.190 H</b>	Trabajo de campo de la investigación comercial.80 H..	Formación en centros de trabajo:400 H
	Inglés: 130 H.	Medios y soportes de Comunicación.80 H.	Lanzamiento de productos y servicios.100 H.	Proyecto de Marketing y Publicidad.40 H.
	Atención al cliente,consumidor y usuario.100 H.	<b>Marketing digital:200</b>	Diseño y elaboración de material de comunicación.160 H.	
		<b>Investigación comercial:160 H</b>	Formación y orientación laboral.90 H.	
			Relaciones públicas y eventos de Marketing.80 H.	
<b>TOTALES</b>	420H.	630H.	510H	440H.

## Itinerario 3.Largo.

Se recomienda cursar el ciclo según este itinerario a aquel alumnado que tener un nivel del idioma muy bajo pocos conocimientos del ciclo y dispone de poco tiempo.

Este itinerario se ha elaborado pensando que el alumnado, al no tener un buen nivel del idioma y disponer de poco tiempo, durante el primer curso lleve a cabo sólo dos módulos con el fin de, en caso de no superar el módulo del idioma en el primer curso, pueda

Volver a matricularse de él en el siguiente curso.

HORAS	1º CURSO	2º CURSO	3º CURSO	4º CURSO	5º CURSO
	Políticas de Marketing:190 h.	Atención al cliente, consumidor y usuario.100 H.	Lanzamiento de productos y servicios.100 H.	Formación y orientación laboral: 90	Formación en centros de trabajo:400 H
	Inglés: 130 H.	Medios y soportes de Comunicación.80 H.	<b>Investigación comercial:160 H</b>	<b>Gestión económica y financiera de la empresa.190 H</b>	Proyecto de Marketing y Publicidad.40 H.
		Relaciones públicas y eventos de Marketing.80 H.	Diseño y elaboración de material de comunicación.160 H.	Trabajo de campo de la investigación comercial.80 H..	
		<b>Marketing digital:200 H.</b>			
<b>TOTALES</b>	320H	460H	420H	360H.	440H.

