

TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING Y PUBLICIDAD MODALIDAD SEMIPRESENCIAL I.E.S. ÁNGEL GANIVET

La **oferta modular diferenciada en modalidad semipresencial**, según la Orden de 11 de febrero de 2026, se define como aquella enseñanza en la que se **combinan las modalidades presencial y virtual** dentro de una misma oferta formativa, ya sea dentro de un mismo módulo o repartido en distintos módulos.

A continuación se detallan los aspectos específicos que regulan esta modalidad:

1. Carácter y asistencia obligatoria

- **Sesiones presenciales:** Los módulos impartidos de esta forma incluyen sesiones lectivas o actividades presenciales regulares en el centro educativo. El alumnado tiene la **obligación de asistir** a estas sesiones.
- **Finalidad de la presencialidad:** Estas sesiones se destinan a actividades que, por su naturaleza, requieren el uso de recursos, herramientas o instalaciones físicas del centro, o por razones metodológicas que impiden su realización a distancia.
- **Docencia telemática:** La parte no presencial se realiza a través de una **plataforma informática de aprendizaje** que debe garantizar la interactividad, el seguimiento y la evaluación.

Horario Curso 2026/2027

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves
15.45 a 16.45	Inglés	ATCL	TCIC	IPE II
16.45 a 17.45	GEFE	ICO	Optativa	MKD
17.45 a 18.45	POM	IPE I	RRPP	Diseño
18.45 a 19.00	Recreo			
19.00 a 20.00			LPS	MSC
20.00 a 21.00			Proyecto	

2. Régimen de evaluación y asistencia

- **Sesiones de evaluación:** Se debe realizar, como mínimo, una sesión de evaluación inicial (en el primer mes), una parcial y una sesión de evaluación final tras la prueba presencial de junio.
- **Pruebas presenciales obligatorias:** Para superar los módulos, es imperativo realizar **exámenes presenciales** (tanto parciales como finales), que sirven para validar los resultados de aprendizaje obtenidos de forma telemática.
- **Evaluación continua:** Para mantener el derecho a la evaluación continua en la parte presencial, el alumnado debe participar en, al menos, el **80% de las sesiones o actividades presenciales** previstas para cada módulo.
- **Proyecto intermodular:** A diferencia de los exámenes de los módulos, la defensa del proyecto puede realizarse de forma remota, siempre que se garantice la identificación del alumno y se grabe la sesión.

3. Organización y ratios

- **Límite de alumnos:** En centros sostenidos con fondos públicos, el número máximo de plazas es de **60 por módulo y grupo**. Si el módulo se imparte de forma compartida entre varios centros y no está asociado a habilidades transversales u orientación, la ratio puede subir hasta **80 plazas**.
- **Horario del profesorado:** Los centros deben diferenciar claramente en el sistema (Séneca) los tramos horarios destinados a la docencia presencial de los dedicados a la virtual.
- **Materiales didácticos:** Se deben utilizar materiales específicamente diseñados para entornos virtuales que fomenten la autonomía del aprendizaje y cuenten con soporte tutorial.

4. Requisitos técnicos y de información

- **Información al ciudadano:** Los centros deben publicar con antelación el calendario de las pruebas presenciales, los horarios semanales previstos y los **requisitos técnicos** (equipo informático y conexión a internet) necesarios para seguir la formación.
- **Centros colaboradores:** En esta modalidad, pueden intervenir centros colaboradores para facilitar la realización de las sesiones o actividades prácticas obligatorias.

A continuación se presenta la actualización de la guía del **Técnico Superior en Marketing y Publicidad** (Modalidad Semipresencial) del IES Ángel Ganivet,

integrando la nueva normativa y la estructura curricular para el curso **2026/2027** detallada en las fuentes.

1. Identificación del Título (Actualizado a Grado D)

Bajo el nuevo marco normativo, este título se encuadra como una oferta de **Grado D** dentro del sistema único y flexible de Formación Profesional.

- **Denominación:** Marketing y Publicidad.
- **Nivel:** Formación Profesional de **Grado Superior (Grado D)**.
- **Duración:** 2.000 horas.
- **Familia Profesional:** Comercio y Marketing.
- **Referente CINE:** CINE-5b.

2. Normativa de Referencia (Actualizada)

El marco legal se ha transformado para crear un sistema integrado y flexible. La normativa aplicable es:

- **Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo**, de ordenación e integración de la Formación Profesional (Nueva Ley de FP).
- **Real Decreto 659/2023, de 18 de julio**, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- **Orden de 11 de febrero de 2026**, por la que se regula la oferta modular diferenciada de las enseñanzas de los **grados D y E** en la Comunidad Autónoma de Andalucía y se desarrolla el Catálogo Modular Andalúz de FP.
- *Referente del título:* Real Decreto 1571/2011 (enseñanzas mínimas) y la Orden de 15 de abril de 2014 (currículo en Andalucía).

3. Módulos Profesionales (Oferta para el curso 2026/2027)

La oferta modular se adapta a la nueva estructura, sustituyendo módulos transversales antiguos por los nuevos itinerarios y optativas:

Código	Denominación del Módulo Profesional	Horas
0623	Gestión económica y financiera de la empresa	192
9030	Políticas de marketing	256
1010	Investigación comercial	160

1110	Atención al cliente, consumidor y usuario	128
0179	Inglés Profesional	128
1709	Itinerario personal para la empleabilidad I (Sustituye a FOL)	96
0931	Marketing digital	126
1007	Diseño y elaboración de material de comunicación	105
1008	Medios y soportes de comunicación	84
1009	Relaciones públicas y organización de eventos de marketing	84
1011	Trabajo de campo en la investigación comercial	84
1109	Lanzamiento de productos y servicios	84
-	Optativa: Aplicaciones Ofimáticas Avanzadas (Sustituye a HLC)	63
1012	Proyecto intermodular de marketing y publicidad	60
1013	Formación en empresas FFEOE	350

4. Organización de las Sesiones Presenciales (Actualización de siglas)

Para reflejar el nuevo currículo, el horario provisional debe actualizar las siglas de los módulos que han cambiado:

- **IPE I:** Itinerario personal para la empleabilidad I (en lugar de FOL).
- **OPT:** Módulo Optativo: Aplicaciones Ofimáticas Avanzadas (en lugar de HLC).
- **Proyecto:** Proyecto intermodular de marketing y publicidad.

Recomendaciones Académicas: Se mantiene la recomendación de cursar **Investigación comercial** antes que **Trabajo de campo**, y **Políticas de marketing** antes de los módulos de segundo curso (Marketing digital, Lanzamiento de

productos, etc.), para asegurar una progresión lógica en el aprendizaje dentro de este modelo flexible.