

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36015159	Chan do Monte	Marín	2023/2024

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM04	Márketing e publicidade	Ciclos formativos de grao superior	Réxime xeral-ordinario

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1007	Deseño e elaboración de material de comunicación	2023/2024	8	141	169

(*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	ANTONIO MANDÍAS TOLEDO
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

2. Concreción do currículo en relación coa súa adecuación ás características do ámbito produtivo

O ámbito produtivo local caracterízase por constituírse con microempresas e pemes de pequeno tamaño. Dado o elevado coste do software empregado na elaboración de materias de comunicación e o tipo de empresa no tecido da zona, éstas empregan software libre ou recurren a prácticas non respetuosas coa propiedade intelectual. Ademais os presupostos económicos do centro dificultan a posibilidades de adquirir software de pago.

3. Relación de unidades didácticas que a integran, que contribuirán ao desenvolvemento do módulo profesional, xunto coa secuencia e o tempo asignado para o desenvolvemento de cada unha

U.D.	Título	Descrición	Duración (sesións)	Peso (%)
1	Edición e deseño de gráficos rasterizados y vectoriais, de vídeo e de audio.	Uso de software na creación de material publicitario.	118	70
2	Plan de difusión.	Organización do plan de difusión de materiais publipromocionais e informativos.	17	10
3	Os materiais de comunicación e publicidade	Tipos de materiais de comunicación na publicidade. Normativa aplicable	17	10
4	A comunicación persuasiva	Aplicación de técnicas de comunicación persuasiva	17	10

4. Por cada unidade didáctica

4.1.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
1	Edición e deseño de gráficos rasterizados y vectoriais, de video e de audio.	118

4.1.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA2 - Confecciona materiais publicitarios e informativos, utilizando técnicas de deseño gráfico, audiovisual e artístico.	SI
RA4 - Elabora materiais publicitarios e informativos, utilizando software específico para cada soporte.	SI

4.1.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA2.1 Deseñáronse materiais publipromocionais en soportes gráficos de texto, de acordo cos obxectivos de transmisión da información, o briefing e as indicacións recibidas.
CA2.2 Realizouse a composición e o formato do material, respectando principios de harmonía, proporción, equilibrio, simetría, etc.
CA2.3 Aplicáronse principios de asociación psicolóxica de imaxes, contidos, semellanza, continuidade, simetría, etc.
CA2.4 Empregáronse técnicas de deseño e autoedición relativas á percepción visual, a lexibilidade, os contrastes de cor, etc., respectando o manual de estilo e a identidade corporativa.
CA2.5 Deseñáronse materiais publipromocionais gráficos de imaxes, mantendo unha distribución equilibrada de todos os elementos.
CA2.6 Utilizáronse técnicas e recursos expresivos para crear materiais con contidos visuais e audiovisuais.
CA2.7 Efectuáronse traballos publicitarios e promocionais en internet.
CA4.1 Utilizáronse aplicacións informáticas de propósito xeral destinadas á creación de presentacións e material publicitario.
CA4.2 Preparáronse materiais de comunicación mediante a utilización de aplicacións informáticas de deseño gráfico.
CA4.3 Obtivéronse materiais promocionais e publicitarios, manexando aplicacións informáticas de maquetaxe de textos e gráficos.
CA4.4 Realizáronse manipulacións sobre obxectos gráficos, utilizando aplicacións informáticas de retoque fotográfico.
CA4.5 Efectuáronse traballos publicitarios e promocionais en internet mediante a utilización de aplicacións informáticas de deseño web.

4.1.e) Contidos

Contidos
Composición, cor e tipografía de folletos, trípticos e carteis.
OSoportes publicitarios dixitais: banners, fiestras emerxentes (pop-up e pop-under), etc.
Márketing directo. Mailing personalizado.
Publicidade de balde en buscadores e redes sociais.
Redacción e maquetaxe de anuncios en prensa.

Contidos

Composición dos elementos: escala, proporción, equilibrio nunha composición, e contraste de ton e escala.

Percepción visual: carácter tonal, liña, cor, contornos, dirección, textura, escala, dimensión e movemento.

Equilibrio, tensión e nivelación.

Sentido da lectura.

Técnicas de comunicación visual.

Fases de elaboración de material audiovisual: o guión. Obtención de imaxes e inclusión de sons.

Ensaio do produto e revisión: avaliación e modificación do produto.

Deseño de patróns para presentacións multimedia, correos electrónicos, notas de prensa, etc.

Ferramentas de presentacións gráficas: inserción de textos, imaxes e gráficos con efectos de animación

Programas xeneralistas destinados á elaboración de material publicitario (carteis, folletos publicitarios e papelería administrativa).

Programas específicos de deseño gráfico: debuxo e manipulación de obxectos gráficos con aplicación de efectos.

Programas para maquetaxe e composición de deseños de textos. Traballo con textos, ilustracións e imaxes para a composición de páxinas en formato libro.

Programas específicos de manipulación de imaxes: transformación, corrección e retoque de imaxes.

Aplicacións específicas de deseño web. Configuración e edición de páxinas.

4.2.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
2	Plan de difusión.	17

4.2.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA5 - Organiza o plan de difusión de materiais publipromocionais e informativos respectando a identidade corporativa.	SI

4.2.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA5.1 Realizáronse accións de difusión de materiais publipromocionais e informativos tendo en conta o número, a calidade e o destino establecido no briefing da empresa.
CA5.2 Realizouse un estudo que valore a economía e a eficacia de cada sistema de comunicación.
CA5.3 Elaborouse un calendario de difusión de materiais publipromocionais e informativos.
CA5.4 Realizouse o seguimento da difusión de materiais elaborados por diferentes profesionais, segundo o previsto no briefing e nos contratos acordados.
CA5.5 Gardáronse, en soporte físico e informático, copias de seguridade dos materiais publipromocionais e informativos.

4.2.e) Contidos

Contidos
Obxectivos publicitarios.
Custo de soporte, custo por contacto e custo útil.
Cobertura e distribución de combinacións de soportes e indicadores derivados.
Indicadores de rendibilidade.
Provedores de márketing directo. Contratación e outsourcing.
Copias de seguridade: métodos físicos e programas informáticos.
Orzamento de publicidade.
Temporalidade publicitaria e calendarios das insercións publicitarias.
Tipos de calendarios de insercións.
Factores determinantes da planificación temporal: estacionalidade, evolución do recordo, intensidade e frecuencia da exposición.
Público obxectivo e perfil da audiencia.
Adecuación do medio publicitario ao produto ou servizo.
Alcance dos medios publicitarios: audiencia bruta e audiencia útil.
Sistemas de medición de audiencias.

4.3.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
3	Os materiais de comunicación e publicidade	17

4.3.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA1 - Prepara o contido dos materiais de comunicación e publicidade en calquera tipo de soportes, utilizando a información dispoñible.	SI

4.3.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA1.1 Identifícanse as fontes de información en liña e fóra de liña de acordo cos obxectivos, os contidos, o tipo de soporte e o material.
CA1.2 Obtívose información, datos e imaxes, respectando en todo momento a lei de propiedade intelectual e as normas de confidencialidade da organización.
CA1.3 Identifícanse os materiais de comunicación destinados a amosar a imaxe corporativa da empresa.
CA1.4 Avaliáronse os materiais de comunicación utilizados para publicitar as actividades e os produtos da empresa.
CA1.5 Reuniuse información sobre os contidos e os materiais de comunicación utilizados ao aire libre.
CA1.6 Relacionáronse as accións publicitarias que se vaian efectuar nos medios de comunicación de masas (prensa, revistas, radio e televisión).
CA1.7 Avaliáronse os soportes multimedia, de vídeo e interactivos onde difundir os materiais publicitarios.
CA1.8 Recoñecéronse os principais materiais publicitarios presentes en internet.

4.3.e) Contidos

Contidos
Fontes de información fóra de liña e en liña utilizadas habitualmente pola súa fiabilidade e o seu custo no sector da publicidade e o deseño gráfico.
Medios tradicionais de comunicación de masas: prensa, revistas, radio e televisión.
Medios de comunicación multimedia.
Deseños existentes en internet.
Motores de procura en liña de bancos de imaxes.
Normas de uso e copyright de bancos de datos e imaxes, tanto en liña como fóra de liña.
Dereitos de autoría.
Características e funcións da papelería corporativa: logotipo, tarxetas de visita e papelería administrativa.
Soportes informativos de eventos, produtos e servizos desenvolvidos: catálogos, folletos, trípticos, carteis, etc.
Importancia do deseño da etiquetaxe do produto, o envase e a embalaxe secundaria e terciaria.
Características e funcións dos soportes publicitarios utilizados no exterior: rotulación, valos publicitarios, marquesiñas, etc.
Outros materiais de comunicación publicitaria.

4.4.a) Identificación da unidade didáctica

N.º	Título da UD	Duración
4	A comunicación persuasiva	17

4.4.b) Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultado de aprendizaxe do currículo	Completo
RA3 - Aplica técnicas de comunicación persuasiva, identificando os estilos propios da comunicación comercial e informativa da empresa.	SI

4.4.d) Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos obxectivos por parte do alumnado

Criterios de avaliación
CA3.1 Aplicáronse regras de comunicación persuasiva, tanto escrita como audiovisual, a materiais publipromocionais e informativos.
CA3.2 Recoñecéronse os estilos e os xéneros que se utilizan habitualmente no sector publicitario.
CA3.3 Definíronse as características propias dos conceptos de márketing directo, en liña, viral, etc.
CA3.4 Identificouse público obxectivo (target) definido no briefing dun folleto publipromocional.
CA3.5 Elaboráronse mensaxes publicitarias utilizando diversos estilos de comunicación.
CA3.6 Elaboráronse comunicados de prensa baseados en noticias, con corrección léxica e ortográfica, e estilo xornalístico.

4.4.e) Contidos

Contidos
Tipos de publicidade.
Organización do departamento creativo.
Dimensión persuasiva da comunicación publicitaria.
Establecemento da estratexia publicitaria.
Briefing.
Obxectivos publicitarios: definición do público obxectivo, características do produto e orzamento.
Fixación do calendario publicitario.
Importancia do posicionamento: configuración e elección.
Introdución ao concepto de creatividade.
Estilos creativos de publicidade.
Creatividade publicitaria en medios e soportes impresos e audiovisuais.
Técnicas de creatividade publicitaria: asociativas, analóxicas e combinatorias.
Creatividade na comunicación publicitaria.
Modalidades de instrucións creativas.
Suxeito creativo e produto creativo. Fases do proceso creativo.

Contidos
Principais modelos sobre o proceso creativo

5. Mínimos exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

Unidade 1

CA4.2 Preparáronse materiais de comunicación mediante a utilización de aplicacións informática de deseño gráfico

CA4.3 Obtivéronse materiais promocionais e publicitarios, manexando aplicacións informáticas de maquetase de textos e gráficos

CA4.4 Realizáronse manipulacións sobre obxectos gráficos, utilizando aplicacións informáticas de retoque fotográfico.

Unidade 2

CA2.1 Deseñáronse materiais publipromocionais en soportes gráficos de texto, de acordo cos obxectivos de transmisión da información, o briefing e as indicacións recibidas.

CA2.2 Realizouse a composición e o formato do material, respectando principios de harmonía, proporción, equilibrio, simetría, etc.

CA2.4 Empregáronse técnicas de deseño e autoedición relativas á percepción visual, a lexibilidade, os contrastes de cor, etc., respectando o manual de estilo e a identidade corporativa.

CA2.5 Deseñáronse materiais publipromocionais gráficos de imaxes, mantendo unha distribución equilibrada de todos os elementos.

CA2.7 Efectuáronse traballos publicitarios e promocionais en internet

Unidade 3:

CA5.1 Realizáronse accións de difusión de materiais publipromocionais e informativos tendo en conta o número, a calidade e o destino establecido no briefing da empresa.

CA5.3 Elaborouse un calendario de difusión de materiais publipromocionais e informativos. CA5.3 Elaborouse un calendario de difusión de materiais publipromocionais e informativos.

CA5.4 Realizouse o seguimento da difusión de materiais elaborados por diferentes profesionais, segundo o previsto no briefing e nos contratos

Unidade 4:

CA1.1 Identificáronse as fontes de información en liña e fóra de liña de acordo cos obxectivos, os contidos, o tipo de soporte e o material.

CA1.2 Obtívose información, datos e imaxes, respectando en todo momento a lei de propiedade intelectual e as normas de confidencialidade da organización.

CA1.6 Relacionáronse as accións publicitarias que se vaian efectuar nos medios de comunicación de masas (prensa, revistas, radio e televisión).

CA1.8 Recoñecéronse os principais materiais publicitarios presentes en internet

Unidade 5:

CA3.1 Aplicáronse regras de comunicación persuasiva, tanto escrita como audiovisual, a materiais publipromocionais e informativos.
CA3.2 Recoñecéronse os estilos e os xéneros que se utilizan habitualmente no sector publicitario.
CA3.5 Elaboráronse mensaxes publicitarias utilizando diversos estilos de comunicación

6. Procedemento para a recuperación das partes non superadas

6.a) Procedemento para definir as actividades de recuperación

Tras cada avaliación, realizarse unha proba de recuperación para os alumnos que non acaden valoración positiva. As recuperacións terán lugar unha vez entregados os boletíns de notas de cada avaliación.
Os mínimos exixibles e os criterios de cualificacións serán os mesmos que os descritos no apartado 5.
Se o motivo de non acadar valoración positiva e pola NON entrega dos traballos, farase unha proba de recuperación teórico/práctica onde o alumno demostre os coñecementos da unidades pendentes.
Non se farán recuperación por parciais.
O alumnado que non supere o módulo en marzo deberá presentarse á proba extraordinaria do mes de xuño. Este alumnado deberá asistir ás clases de reforzo de marzo e xuño.
Para poder recuperar o módulo no mes de xuño deberá presentar obrigatoriamente as actividades propostas para tal fin e deberá realizar a proba ou probas escritas correspondentes.
Para obter a avaliación positiva é necesario acadar un 5 sobre 10.
Copiar nos traballos prácticos supón a valoración do traballo copiado con 0.

6.b) Procedemento para definir a proba de avaliación extraordinaria para o alumnado con perda de dereito a avaliación continua

Para os alumnos con perda de avaliación farse unha proba escrita teórico-práctica en xuño con todos os apartados desta programación, tendon en conta os mínimos exixibles indicados.
A valoración de cad pregunta estará reflexada na propia proba.
Será necesario obter un 5 sobre 10 para superar o módulo.

7. Procedemento sobre o seguimento da programación e a avaliación da propia práctica docente

Farase un seguimento da programación tal como establece a lexislación vixente, informando do seguimento nas reunións do departamento.
En función da evolución do rendemento do alumnado faranse as correccións que corresponda.

8. Medidas de atención á diversidade

8.a) Procedemento para a realización da avaliación inicial

O primeiro día de curso farase unha enquisa ó alumnado para detectar o grao de coñecemento co que contan en canto:

- Manexo de software xenérico
- Manexo de software específico de deseño gráfico, presentacións, elaboración de páxinas web e edición de vídeo e audio
- Uso de redes sociais
- Outras actividades que realizan frecuentemente na rede
- Disponibilidade de acceso a rede e hardware no seu domicilio

8.b) Medidas de reforzo educativo para o alumnado que non responda globalmente aos obxectivos programados

Tras realizar a proba de avaliación inicial levaranse a cabo as accións necesarias para aplicar as medidas de atención educativa o alumnado que o precise.

No caso de detectarse necesidades educativas falarase co departamento de orientación para que se tomen as medidas oportunas, ou valorase a atención individualizada cos alumnos que on teñan un manexo informático axeitado.

9. Aspectos transversais

9.a) Programación da educación en valores

Nas actividades de márketing e publicidade verase en especial o tratamento da muller nos diferentes mensaxes. Tratarase tamén os dereitos e a protección da imaxe.

9.b) Actividades complementarias e extraescolares

Organizaranse charlas e conferencias a cargo de persoas con coñecementos do sector do márketing e a publicidade e emprendedores de casos de éxito. Intentarase que o alumnado poida asistir o congreso Fluor patrocinado pola Xunta de Galicia e visitas a empresas do sector.