

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 de proba libre

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		141	

(*) 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. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Prepara o contido dos materiais de comunicación e publicidade en calquera tipo de soportes, utilizando a información dispoñible.
RA2 - Confecciona materiais publicitarios e informativos, utilizando técnicas de deseño gráfico, audiovisual e artístico.
RA3 - Aplica técnicas de comunicación persuasiva, identificando os estilos propios da comunicación comercial e informativa da empresa.
RA4 - Elabora materiais publicitarios e informativos, utilizando software específico para cada soporte.
RA5 - Organiza o plan de difusión de materiais publipromocionais e informativos respectando a identidade corporativa.

2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
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.

Criterios de avaliación do currículo
CA1.8 Recoñecéronse os principais materiais publicitarios presentes en internet.
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.
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.
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.

Crterios de avaliación do currículo

CA4.5 Efectuáronse traballos publicitarios e promocionais en internet mediante a utilización de aplicacións informáticas de deseño web.

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.

2.2. Segunda parte da proba**2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan****Resultados de aprendizaxe do currículo**

RA1 - Prepara o contido dos materiais de comunicación e publicidade en calquera tipo de soportes, utilizando a información dispoñible.

RA2 - Confecciona materiais publicitarios e informativos, utilizando técnicas de deseño gráfico, audiovisual e artístico.

RA3 - Aplica técnicas de comunicación persuasiva, identificando os estilos propios da comunicación comercial e informativa da empresa.

RA4 - Elabora materiais publicitarios e informativos, utilizando software específico para cada soporte.

RA5 - Organiza o plan de difusión de materiais publipromocionais e informativos respectando a identidade corporativa.

2.2.2. Crterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado**Crterios de avaliación do currículo**

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.



Criterios de avaliación do currículo
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 Identificáronse 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.
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.
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 Defíníronse as características propias dos conceptos de márketing directo, en liña, viral, etc.
CA3.4 Identificouse público obxectivo (target) definido no briefing dun folleto publipromocional.

Criterios de avaliación do currículo
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.
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.
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.

3. Mínimos exixibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

CUALIFICACIÓN FINAL

A nota final do módulo (entre 1-10) calcularase do seguinte xeito: 50% da nota da UF1 + 50% nota da UF2, este cálculo farase sempre que as notas de cada UF sexan iguais ou superiores a 5. O alumno aprobará o módulo se a nota final é superior á 5 puntos.

A nota de cada UF (entre 1-10) calcularase do seguinte xeito: 40% nota da primeira proba (teórica) + 60% nota da segunda proba (práctica), este cálculo farase sempre que as notas tanto da primeira como da segunda proba sexan iguais ou superiores a 5.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Consistirá na realización dunha proba con un bloque de preguntas tipo test e outro con preguntas curtas, as cales versarán sobre unha mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación desta parte. A valoración total da proba é 10 puntos, considerarase superada cando o alumno acade unha nota igual ou superior a 5 puntos sempre e cando os dous bloques estén superados.

BLOQUE TIPO TEST: O aspirante deberá elixir a resposta correcta entre as posibles alternativas que se prantexen. As preguntas contestadas de xeito incorrecto descontarán a metade do valor que teñan as contestadas correctamente, polo que para superar este bloque o alumno terá que ter a metade ou mais das preguntas ben. Esta proba ten unha puntuación máxima de 6 puntos, para a superación do bloque o alumno terá que acadar un mínimo de 3 puntos.

BLOQUE PREGUNTAS CURTAS: O alumno terá que responder ben á metade das preguntas. Esta proba ten unha puntuación máxima de 4 puntos, para a superación deste bloque o alumno terá que acadar un mínimo de 2 puntos.

A primeira parte da proba supérase con nota de 5, sempre que o alumno acade B.Test >3 e B.Curtas>2, sumaráanse as notas. Non se aproximarán as notas, o alumno ten que acadar unha nota igual ou superior a cinco para acceder á segunda parte da proba.

Xa que o módulo profesional está composto por dúas unidades formativas, esta primeira parte da proba duplicarase, é dicir, terá dúas probas coa mesma estrutura, unha para cada UF, que se celebrarán o mesmo día.

A duración desta primeira parte da proba será como máximo de 2 sesións de 50 minutos.

O aspirante debe acudir provisto de:

DNI

Bolígrafo

4.b) Segunda parte da proba

A segunda parte da proba consistirá na resolución de casos prácticos sobre unha mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación para esta parte. A proba valórase cun total de 10 puntos e para a súa superación as persoas candidatas deberán obter una puntuación igual ou superior a 5 puntos.

Xa que o módulo profesional está composto por dúas unidades formativas, esta segunda parte da proba duplicarase, é dicir, terá dúas probas coa mesma estrutura, unha para cada UF, que se celebrarán o mesmo día.

A duración desta proba será como máximo de 2 sesións de 50 minutos.

Empregarase ordenador e conexión a Internet para a resolución dalgún caso práctico.

O aspirante debe acudir provisto de:



DNI
Bolígrafo