

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
MP1008	Medios e soportes de comunicación	2023/2024		87	

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	ANTONIO JOSÉ OROSA PETEIRA,RUTH MARÍA RIVEIRA FERNÁNDEZ (Subst.)
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 - Compila referencias e datos salientables de diferentes fontes de información, e organiza o plan de medios publicitarios.
RA2 - Describe os soportes de comunicación en liña e fóra de liña, distinguindo as súas tipoloxías e as súas características diferenciadoras.
RA3 - Colabora na elaboración do plan de medios publicitarios, seleccionando os soportes de comunicación axeitados aos obxectivos establecidos.
RA4 - Realiza o seguimento da execución do plan de medios publicitarios, controlando o seu cumprimento.
RA5 - Colabora na elaboración de informes de cobertura informativa en diversos medios, procesando os datos adquiridos con ferramentas informáticas axeitadas.

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 fontes de información de medios fiables e/ou oficiais, utilizando técnicas de procura en liña e fóra de liña.
CA1.2 Recoñécense as variables e os datos da campaña de comunicación en medios, a partir do estudo estratéxico (briefing) da clientela e anunciantes.
CA1.4 Obtivéronse datos de medios e soportes salientables e fiables: estudo xeral de medios (EXM), Oficina de Xustificación da Difusión (OJD), para a prensa escrita, etc.
CA1.5 Comparáronse as mellores ofertas de espazos publicitarios e as condicións de aparición ofrecidas polas axencias de compras de medios.
CA2.1 Identifícanse as características propias de cada medio publicitario, e valoráronse as súas vantaxes e os seus inconvenientes.
CA2.2 Analizáronse as características específicas dos medios gráficos (prensa diaria, gratuíta, revistas e dominicais).
CA2.3 Recoñécense as características propias dos medios publicitarios auditivos (radio).

Criterios de avaliación do currículo
CA2.4 Avaliáronse as características propias dos medios audiovisuais (televisión e cine).
CA2.5 Comprobáronse as características propias dos medios publicitarios exteriores.
CA2.6 Comprobáronse as características propias do márketing directo (porta a porta e correo directo).
CA2.7 Recoñecéronse as propiedades publicitarias dos medios en liña (internet).
CA2.8 Avaliouse a información divulgada pola empresa, co fin de crear un clima favorable cara a ela mesma (publicity) como medio de difusión non suxeito á lei ou normativa publicitaria.
CA3.1 Interpretáronse as normas fundamentais da lei xeral de publicidade e os tipos de contratos publicitarios.
CA3.2 Definíronse as obrigas e as responsabilidades da entidade anunciante e da axencia na contratación publicitaria.
CA3.3 Ordenouse a información obtida da investigación de medios nun cadro de mando e/ou xestión.
CA3.7 Transmitíronselle á persoa responsable da campaña as posibilidades de combinación óptima do plan de medios que resultan do cadro de mando e/ou xestión da campaña.
CA4.1 Cursáronselle a cada soporte e medio as ordes relativas á emisión do plan de medios, segundo as previsións de tempo e forma establecidas.
CA4.4 Transmitíronselles axiña ás persoas responsables os erros, as desviacións e as omisións sobre o plan de medios, de acordo co protocolo establecido para a súa resolución.
CA5.2 Rastrexáronse os medios e os soportes de comunicación, procurando contidos relacionados coa actividade.
CA5.4 Identificáronse os servizos que ofrecen as empresas de press clipping (información da empresa nos medios, da competencia ou das empresas punteiras do sector, etc.).
CA5.5 Localizáronse os contidos e a cobertura informativa realizada, no caso dos medios non escritos, vendo as imaxes e tomando os datos de tempo.

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA1 - Compila referencias e datos salientables de diferentes fontes de información, e organiza o plan de medios publicitarios.

Resultados de aprendizaxe do currículo
RA3 - Colabora na elaboración do plan de medios publicitarios, seleccionando os soportes de comunicación axeitados aos obxectivos establecidos.
RA4 - Realiza o seguimento da execución do plan de medios publicitarios, controlando o seu cumprimento.
RA5 - Colabora na elaboración de informes de cobertura informativa en diversos medios, procesando os datos adquiridos con ferramentas informáticas axeitadas.

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

Criterios de avaliación do currículo
CA1.3 Consideráronse todos os medios publicitarios dispoñibles, segundo o carácter da campaña, e valorouse a súa difusión en liña e fóra de liña.
CA1.6 Presentáronse os datos obtidos dos medios publicitarios de xeito estruturado, utilizando follas de cálculo ou táboas de bases de datos.
CA1.7 Valoráronse os importes dese proceso.
CA3.4 Elaborouse o plan de medios como plan de investimento publicitario baseado nunha selección óptima de medios e soportes.
CA3.5 Calculouse o custo das opcións, a partir de análises actualizadas das tarifas e das condicións dos medios, e valorouse a súa actualización no caso de variacións destes.
CA3.6 Considerouse o impacto das combinacións utilizando razóns de impacto tipo GRP (gross rating point), CPR (custo por rexistro), CPM (custo por mil), impacto útil e outros índices de datos obxectivos.
CA4.2 Monitorizouse o seguimento do plan de medios con instrumentos de diversos tipos (lectura, audición, visualización, etc.).
CA4.3 Comprobouse a correcta aparición das formas e dos elementos publicitarios nos medios e nos soportes previstos, de acordo coas condicións, a frecuencia e o tempo contratados.
CA4.5 Rexistráronse os datos de seguimento e control do plan de medios nun informe capaz de medir a eficacia, a rendibilidade e as posibilidades de mellora do plan executado.
CA4.6 Elaborouse un informe de control de emisión consonte as especificacións recibidas, para a súa transmisión aos superiores.
CA5.1 Confeccionouse unha base de datos cos medios e os soportes de comunicación en que poidan aparecer noticias relacionadas coa empresa ou co sector.
CA5.3 Realizouse a dixitalización dos contidos localizados, de acordo cos criterios establecidos e utilizando aplicacións informáticas axeitadas.

Criterios de avaliación do currículo

CA5.6 Realizouse o informe de cobertura informativa, mediática e press clipping conforme o estilo, a edición e os criterios de maquetaxe establecidos.

CA5.7 Transmítiuse o informe ou press clipping ás persoas de rango superior e ás designadas pola organización.

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

Os mínimos exixibles para acadar a avaliación positiva vendrán determinados polos criterios de avaliación asociados aos resultados de aprendizaxe relacionados nesta programación.

Para a superación da proba teórica (primeira proba) será imprescindible acadar unha cualificación igual ou superior a 5, sendo eliminatoria, non podendo pasar á realización da segunda proba os que non acaden dita puntuación.

Para superar a parte práctica (segunda proba) deberán ter tamén unha cualificación igual ou superior a 5.

A nota final do módulo será a media das dúas probas.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento**4.a) Primeira parte da proba**

Proba teórica tipo test(non penalizarán as respostas en branco ou erróneas) e/ou preguntas cortas relativas aos conceptos necesarios para garantir a consecución dos criterios de avaliación indicados nesta programación.

Esta proba tendrá unha duración máxima de dúas horas.

Os aspirantes deberán vir provistos de:

-Bolígrafo,

-DNI para a súa identificación.

Está prohibido o uso do teléfono móbil



4.b) Segunda parte da proba

Proba práctica que consistirá na realización de supostos prácticos relacionados cos criterios de avaliación indicados nesta programación.

A duración da proba será como máximo de 3 horas.

Os aspirantes deberán vir provistos de:

-Bolígrafo,

-Calculadora

-DNI para a súa identificación

Está prohibido o uso do teléfono móbil