

1. Identificación da programación
Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	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	0	141	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	SONIA PÉREZ ÁLVAREZ
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.
RA3 - Aplica técnicas de comunicación persuasiva, identificando os estilos propios da comunicación comercial e informativa da empresa.
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 Reuníuse 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.
CA3.1 Aplicáronse regras de comunicación persuasiva, tanto escrita como audiovisual, a materiais publipromocionais e informativos.

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

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

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

Criterios de avaliación do currículo
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.

Criterios de avaliación do currículo
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.
CA3.5 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.
CA5.5 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

Exceptuando os seguintes CA, o resto serán mínimos esixibles.

CA1.5 - Reuniuse información sobre os contidos e os materiais de comunicación utilizados ao aire libre.

CA2.7 - Efectuáronse traballos publicitarios e promocionais en internet.

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.

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.

Para obter unha avaliación positiva é preciso superar cada unha das partes con 5 puntos sobre 10 como mínimo.

A cualificación final realizarase mediante a media aritmética das dúas cualificacións, teórica e práctica, sempre que se superen as dúas partes da proba.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

Conterá un número significativo de cuestións dos RAs correspondentes aos contidos teóricos do módulo que acredite o coñecemento dos mesmos divididos en cuestións a desenvolver sobre:

- Imaxe e identidade corporativa.
- Imaxe gráfica.
- Materiais de marketing e comunicación sinxelos.
- Elaboración de manesaxes publipromocionais para materiais de marketing e comunicación.
- Software de deseño gráfico.

As cuestións se corruxirán seguindo un padrón de corrección onde a cualificación e valorarase do seguinte xeito:

- Pregunta completa, 100% da cualificación.
- Pregunta case completa, 75% da cualificación.
- Pregunta aceptable (mínimo), 50% da cualificación.
- Pregunta incompleta, 25% da cualificación.
- Pregunta moi incompleta, 5% da cualificación.

Deberá sacar un mínimo de 5 de nota para facer media coa 2ª parte da proba.

Valorarase de 0 a 10 e formará parte do 40% da nota final.



4.b) Segunda parte da proba

Consistirá no desenvolvemento dun ou varios casos prácticos que versarán sobre unha mostra suficientemente significativa dos criterios de avaliación establecidos na programación para esta parte.

O caso práctico desenvolverase nun software de deseño gráfico onde se porá en práctica a teoría.

Esta proba será corrixida seguindo padróns de corrección e listas de cotexo para obter o total da cualificación.

Esta segunda parte da proba será puntuada de 0 a 10 puntos.

Para a súa superación as persoas candidatas deberán obter unha puntuación igual ou superior a 5 puntos e formará parte do 60% da nota final.