

Pruebas para la obtención del título de Técnico Superior
en Marketing y Publicidad
Modalidad B
1007 Diseño y Elaboración de Materiales de
Comunicación

Marzo de 2026

Estefanía de Diego Aranguren
Comercio y Marketing
IES Las Llamas
Santander

Índice.

1. Introducción.	3
2. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo.	4
3. Sistema de evaluación.	6
4. Características de los equipos que se utilizarán en las pruebas y documentación técnica necesaria.	8

1. INTRODUCCIÓN.

La Orden EDU/23/2008, de 2 de abril, por la que se regula la organización de las pruebas para la obtención de los títulos de Técnico y Técnico Superior de Formación Profesional del sistema educativo para personas adultas en la Comunidad Autónoma de Cantabria, establece que la Dirección General competente en materia de Formación Profesional y Educación Permanente dispondrá, mediante convocatoria anual, los ciclos formativos para los que se realizarán dichas pruebas, así como los centros de titularidad pública en los que se celebrarán, la documentación a presentar, los periodos de matrícula, la constitución y organización de las comisiones de evaluación y, en general, las instrucciones necesarias para el desarrollo de la prueba.

La Resolución de 30 de enero de 2026, por la que se convocan para el año 2026 las pruebas para la obtención de los títulos de Técnico y Técnico Superior de Formación Profesional del Sistema Educativo en la Comunidad Autónoma de Cantabria convoca para el año 2026 las pruebas para la obtención del título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad en la Modalidad B.

Es por ello por lo que se realiza esta guía informativa correspondiente a la prueba del módulo profesional de Diseño y Elaboración de Materiales de Comunicación.

2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO.

Establecido el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad, dentro de la Familia Profesional de Comercio y Marketing por el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Transporte y Logística y se fijan sus enseñanzas mínimas, la Orden ECD/81/2014, de 25 de junio desarrolla el currículo del Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad en la Comunidad Autónoma de Cantabria y por la Orden ECD/5/2018, de 30 de enero, que la modifica., dentro de la Familia Profesional de Comercio y Marketing. En ella se establecen los siguientes Resultados de aprendizaje y Criterios de evaluación para el módulo profesional de Diseño y Elaboración de Materiales de Comunicación.

RA 1. Prepara el contenido de los materiales de comunicación y publicidad en todo tipo de soportes, utilizando la información disponible.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las fuentes de información online y offline de acuerdo con los objetivos, contenidos, tipo de soporte y material.
- b) Se ha obtenido información, datos e imágenes, respetando en todo momento la Ley de Propiedad Intelectual y las normas de confidencialidad de la organización.
- c) Se han identificado los materiales de comunicación destinados a mostrar la imagen corporativa de la empresa.
- d) Se han evaluado los materiales de comunicación utilizados para publicitar las actividades y los productos de la empresa.
- e) Se ha recabado información sobre los contenidos y materiales de comunicación utilizados al aire libre.
- f) Se han relacionado las acciones publicitarias que se van a efectuar en los diferentes medios de comunicación de masas: prensa, revistas, radio y televisión.
- g) Se han evaluado los soportes multimedia, vídeo e interactivos donde difundir los materiales publicitarios.
- h) Se han reconocido los principales materiales publicitarios presentes en Internet.

RA 2. Confecciona materiales publicitarios e informativos, utilizando técnicas de diseño gráfico, audiovisual y artístico. Criterios de evaluación:

- a) Se han diseñado materiales publipromocionales en soportes gráficos de texto, de acuerdo con los objetivos de transmisión de la información, el briefing y las indicaciones recibidas.
- b) Se ha realizado la composición y formato del material, respetando principios de armonía, proporción, equilibrio y simetría, entre otros.
- c) Se han aplicado principios de asociación psicológica de imágenes, contenidos, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.
- d) Se han empleado técnicas de diseño y autoedición relativas a la percepción visual, legibilidad y contrastes de color, entre otros, respetando el manual de estilo y la identidad corporativa.
- e) Se han diseñado materiales publipromocionales gráficos de imágenes, manteniendo una distribución equilibrada de todos los elementos.
- f) Se han utilizado técnicas y recursos expresivos para crear materiales con contenidos visuales y audiovisuales.
- g) Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet.

RA 3. Aplica técnicas de comunicación persuasiva, identificando los estilos propios de la comunicación comercial e informativa de la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han aplicado reglas de comunicación persuasiva, tanto escrita como audiovisual, a materiales publipromocionales e informativos.
- b) Se han reconocido los distintos estilos y géneros que se utilizan habitualmente en el sector publicitario.
- c) Se han definido las características propias de los diferentes conceptos de marketing directo, on-line, viral y otros.
- d) Se ha identificado el target o público objetivo definido en el briefing de un folleto publipromocional.
- e) Se han elaborado mensajes publicitarios utilizando distintos estilos de comunicación.
- f) Se han elaborado comunicados de prensa basados en noticias con corrección léxica, ortográfica y estilo periodístico.

RA 4. Elabora materiales publicitarios e informativos, utilizando software específicos para cada soporte.

Criterios de evaluación:

- a) Se han utilizado aplicaciones informáticas de propósito general destinadas a la creación de presentaciones y material publicitario.
- b) Se han preparado materiales de comunicación mediante la utilización de aplicaciones informáticas de diseño gráfico.
- c) Se han obtenido materiales promocionales y publicitarios, manejando aplicaciones informáticas de maquetación de textos y gráficos.
- d) Se han realizado manipulaciones sobre objetos gráficos, utilizando aplicaciones informáticas de retoque fotográfico.
- e) Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet mediante la utilización de aplicaciones informáticas de diseño web.

RA 5. Organiza el plan de difusión de materiales publipromocionales e informativos respetando la identidad corporativa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado acciones de difusión de materiales publipromocionales e informativos teniendo en cuenta el número, calidad y destino establecido en el briefing de la empresa.
- b) Se ha realizado un estudio que valore la economía y eficacia de los diferentes sistemas de comunicación.
- c) Se ha elaborado un calendario de difusión de materiales publipromocionales e informativos.
- d) Se ha realizado el seguimiento de la difusión de materiales elaborados por otros profesionales, según lo previsto en el briefing y en los contratos acordados.
- e) Se han guardado, en soporte físico e informático, copias de seguridad de los materiales publipromocionales e informativos

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN.

La evaluación se realizará mediante una prueba objetiva consistente en un examen escrito y un examen práctico que evaluará el Resultado de aprendizaje 4. La fecha y hora de la prueba será anunciadas y comunicada al menos con quince días hábiles de antelación. En todo caso, las pruebas no podrán comenzar antes del 1 de junio de 2026 ni terminar después del 16 de junio de 2026

La prueba versará sobre los contenidos para el módulo profesional de Diseño y Elaboración de Materiales de Comunicación recogidos en la Orden ECD/81/2014, de 25 de junio, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título en la Comunidad Autónoma de Cantabria y por la Orden ECD/5/2018, de 30 de enero, que la modifica.

La prueba objetiva contará con una parte teórica y una parte práctica. La parte teórica podrá contener preguntas tipo test y/o preguntas a desarrollar. La parte práctica consistirá en uno o varios ejercicios prácticos y en un ejercicio de desarrollo de material promocional utilizando Illustrator, Photoshop o Canva

Para superar la prueba será necesario alcanzar una puntuación mínima de cinco puntos.

En caso de sorprender a alguna persona copiando se aplicará lo dispuesto en las normas sobre fraudes en las pruebas y procesos de evaluación académica recogidas en el proyecto curricular de la familia de Comercio y Marketing del IES Las Llamas.

Durante la prueba no se podrá utilizar el teléfono móvil, debiendo permanecer apagado en todo momento. En caso contrario, finalizará la prueba y se dará la misma como no superada a la persona dueña del teléfono móvil.

4. CARACTERÍSTICAS DE LOS EQUIPOS QUE SE UTILIZARÁN EN LAS PRUEBAS Y DOCUMENTACIÓN TÉCNICA NECESARIA.

- Se deberá acudir a la prueba provisto de calculadora no programable (no es válida la utilización del teléfono móvil como calculadora) y bolígrafo azul.
- Para el ejercicio práctico de elaboración de material promocional, se facilitará al alumno un ordenador con las aplicaciones Photoshop e Illustrator instaladas.