
Programación didáctica del módulo: 1008 Medios y soportes de comunicación

HOJA INFORMATIVA

2º curso CFGS Marketing y Publicidad

Curso 2025 - 2026

Juan Antonio Sanz Besoy

Comercio y Marketing

IES LAS LLAMAS

SANTANDER



INDICE

1. UNIDADES DIDÁCTICAS DEL MÓDULO PROFESIONAL	3
2. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.	4
3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	4
4. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE	6
4.1 Características generales de la evaluación	6
4.2 Procedimientos de evaluación	6
4.3 Instrumentos de evaluación	6
5. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.	7
5.1 Sistema de recuperacion de RA pendientes	7
5.2 Prácticas consideradas fraudulentas durante el proceso de evaluación académica	8
5.3 Consecuencias de la comisión de prácticas fraudulentas durante el proceso de evaluación de los aprendizajes	9
6. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO	11
6.1. RA claves para superar el módulo	11
6.2. Justificación	11
6.3. Concreción de la Dualización (RA4)	12
7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	13
7.1. Materiales del alumnado	13
7.2. Recursos didácticos del profesor	13

1. UNIDADES DIDÁCTICAS DEL MÓDULO PROFESIONAL

Unidad de Trabajo
Unidad 1. Recopilación de datos para diseñar un plan de medios publicitarios
Unidad 2. Descripción de medios y soportes de comunicación
Unidad 3. colaboración en la realización de un plan de medios publicitarios
Unidad 4. colaboración en la obtención de información por medios propios o por empresas de press clipping
Unidad 5. Realización de las acciones necesarias para controlar la ejecución del plan de medios

2. DISTRIBUCIÓN TEMPORAL.

El módulo tiene una duración total de 66 horas, que se distribuyen a lo largo del segundo curso del ciclo formativo con una carga lectiva de 3 horas semanales y 22 semanas lectivas.

Unidad de Trabajo	Horas	RA
1ª EVALUACIÓN		
Unidad 2. Descripción de medios y soportes de comunicación	24	RA2
Unidad 1. Recopilación de datos para diseñar un plan de medios publicitarios	15	RA1
2ª EVALUACIÓN		
Unidad 3. colaboración en la realización de un plan de medios publicitarios	15	RA3
Unidad 5. colaboración en la obtención de información por medios propios o por empresas de press clipping	12	RA5
Unidad 5. Realización de las acciones necesarias para controlar la ejecución del plan de medios	FEM	RA4

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Resultado de Aprendizaje (RA)	Objetivos Generales del Ciclo Relacionados	Competencias PPS Relacionadas	Ponderación (%)
RA1 – Recopila referencias y datos relevantes	l	h	25 %
RA2 – Describe soportes de comunicación on/off	l	h	25 %
RA3 – Colabora en la elaboración del plan de medios	p, q	m	25 %
RA4 – Realiza seguimiento del plan de medios	o, p	l, m	5 %
RA5 – Colabora en informes de cobertura informativa	r, s	n, ñ	20 %

4. PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

4.1 Características generales de la evaluación

La evaluación del módulo “Medios y Soportes de Comunicación” valorará tanto el proceso como el resultado del aprendizaje.

Se aplicarán técnicas de observación directa, análisis de actividades y pruebas específicas, garantizando la objetividad, la coherencia con los Resultados de Aprendizaje (RA) y la adecuación a las características del alumnado.

La evaluación tendrá carácter criterial, tomando como referencia los criterios de evaluación asociados a cada RA establecidos en el currículo oficial, y será individualizada, aunque puedan desarrollarse actividades en grupo.

4.2 Procedimientos de evaluación

Análisis de producciones:

- Trabajos individuales y grupales
- Proyectos y estudios de casos
- Presentaciones orales

Pruebas específicas:

- Pruebas escritas de conocimientos
- Resolución de casos prácticos

Observación en el Entorno Laboral:

- A cargo del tutor de empresa, enfocada en la aplicación práctica y la gestión del seguimiento de medios (Específico para RA4).

4.3 Instrumentos de evaluación

Para cada criterio de evaluación se utilizará indistintamente:

a) ACTIVIDADES PRÁCTICAS (individual o en grupo):

- Investigaciones
- Análisis de casos prácticos
- Proyectos aplicados

b) PRUEBAS ESCRITAS:

- Preguntas teóricas (tipo test, cortas, desarrollo)
- Resolución de casos prácticos
- Análisis de situaciones

c) INFORME DE SEGUIMIENTO DEL TUTOR DE EMPRESA:

- Documento clave para la calificación del RA4.

5. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN.

Ponderación de Resultados de Aprendizaje y Criterios de Evaluación

Dentro de cada RA, los criterios se ponderan según la importancia de su contenido en la aplicación al desempeño profesional. Estos se recogen en las tablas del Apartado 2.5

Calificación de cada RA

La nota de cada RA se calculará: $\text{Nota RA} = \Sigma (\text{Nota criterio} \times \text{Ponderación criterio})$

Nota criterio: 0 a 10 puntos.

Requisito: Es necesario obtener al menos 5 puntos en cada RA para considerarlo superado.

Calificación final del módulo

$\text{Nota Final} = \Sigma (\text{Nota RA} \times \text{Ponderación RA})$. Es obligatorio superar TODOS los RA con nota ≥ 5 para aprobar el módulo

5.1 Sistema de recuperacion de RA pendientes

Al finalizar cada RA, se realizará una prueba de recuperación en caso de haber obtenido una nota inferior a 5 puntos.

Esta prueba consistirá en:

a) ACTIVIDADES PRÁCTICAS (individual o en grupo):

- Investigaciones
- Análisis de casos prácticos
- Proyectos aplicados

b) PRUEBAS ESCRITAS:

- Preguntas teóricas (tipo test, cortas, desarrollo)
- Resolución de casos prácticos
- Análisis de situaciones

5.2 Prácticas consideradas fraudulentas durante el proceso de evaluación académica

Se consideran prácticas fraudulentas en las pruebas de evaluación o en la presentación de trabajos académicos evaluables en el Departamento de Comercio y Marketing del IES “Las Llamas” las siguientes conductas:

1. Copiar los escritos de otros compañeros en los exámenes y otras pruebas de evaluación del procedimiento de aprendizaje del estudiante.
2. Transmitir a otros compañeros información, por vía oral o escrita y por cualquier medio, incluidos los electrónicos, durante la realización de un examen o prueba de evaluación que deba realizarse individualmente y que se refiera al contenido de la prueba, con el fin de defraudar.
3. Realizar un examen o prueba de evaluación de cualquier tipo suplantando la personalidad de otro estudiante, así como concertar o aceptar dicha actuación por parte del suplantado.
4. Utilizar materiales escritos no autorizados o medios telefónicos, electrónicos o informáticos para acceder de manera fraudulenta a datos, textos o informaciones de utilización no autorizada durante una prueba de evaluación y relacionados con la misma.
5. Mantener encendidos y al alcance cualesquiera medios telefónicos, electrónicos o informáticos durante la realización de una prueba evaluable, salvo que por el profesor se haya expresado la posibilidad de hacer uso de ellos durante el desarrollo de la misma.
6. Introducir en el aula de examen o lugar de la prueba de evaluación dispositivos telefónicos, electrónicos o informáticos cuando haya sido prohibido por los profesores responsables de las pruebas.
7. Acceder de manera fraudulenta y por cualquier medio al conocimiento de las preguntas o supuestos prácticos de una prueba de evaluación, así como a las respuestas correctas, con carácter previo a la realización de la prueba, y no poner en conocimiento del profesor responsable el conocimiento previo casual de dicha información.
8. Acceder de manera ilícita o no autorizada a equipos informáticos, cuentas de correo y repositorios ajenos con la finalidad de conocer los contenidos y respuestas de las pruebas de evaluación y de alterar el resultado de las mismas, en beneficio propio o de un tercero.

-
9. Manipular o alterar ilícitamente por cualquier medio las calificaciones académicas.
 10. Negarse a identificarse durante la realización de un examen o prueba de evaluación, cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
 11. Negarse a entregar el examen o prueba de evaluación realizado cuando sea requerido para ello por el profesor responsable.
 12. Plagiar trabajos, esto es, copiar textos sin citar su procedencia o fuente empleada, y dándolos como de elaboración propia, en los textos o trabajos sometidos a cualquier tipo de evaluación académica.
 13. Cambiar o retocar textos ajenos para presentarlos como propios, sin citar su procedencia, en cualquier trabajo sometido a evaluación académica.
 14. Infringir cualesquiera otras normas establecidas con carácter obligatorio para la realización de los exámenes o pruebas de evaluación por parte del profesor responsable.

5.3 Consecuencias de la comisión de prácticas fraudulentas durante el proceso de evaluación de los aprendizajes

La comisión de las conductas fraudulentas descritas anteriormente comportará para los autores y, en su caso, para los cooperadores necesarios la nulidad de la prueba o procedimiento de evaluación correspondiente, con la consiguiente calificación de suspenso y la numérica de 0.

Excepcionalmente, el profesor responsable podrá acordar otra calificación distinta, de manera justificada, si considera que el supuesto fraude o práctica prohibida es leve o poco relevante y afecta solo parcialmente al resultado de la prueba.

Asimismo y en función de las circunstancias concurrentes, las conductas anteriormente descritas podrán ser consideradas faltas, ya sea conductas contrarias a la convivencia o conductas gravemente perjudiciales para la convivencia, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto 53/2009, de 25 de junio, que regula la convivencia escolar y los derechos y deberes de la comunidad educativa en la Comunidad Autónoma de Cantabria, modificado por Decreto 30/2017, de 11 de mayo, y dar lugar a la instrucción de un expediente disciplinario.

Determinadas prácticas fraudulentas de especial gravedad podrían ser incluso constitutivas de delitos, en cuyo caso la Dirección del centro tiene la obligación de poner

los hechos en conocimiento de los cuerpos de seguridad correspondientes y del Ministerio fiscal.

6. ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO

6.1. RA claves para superar el módulo

Todos los Resultados de Aprendizaje (RA1 a RA5) se consideran CLAVES para la superación del módulo “Medios y Soportes de Comunicación”.

Esta decisión implica que:

- Es obligatorio superar todos los RA con calificación igual o superior a 5 puntos.
- Si un alumno/a no alcanza el 5 en cualquiera de los RA, no superará el módulo independientemente de la nota media.

6.2. Justificación

La consideración de todos los RA como claves se fundamenta en:

1. Naturaleza integral y práctica del módulo:

El módulo “Medios y Soportes de Comunicación” no se limita a la teoría, sino que integra conocimientos, análisis y aplicación práctica en campañas publicitarias. Cada RA aporta una dimensión esencial:

- RA1: Recopilación de referencias y datos relevantes, base para el plan de medios.
- RA2: Descripción de los soportes de comunicación, comprensión de tipologías y características.
- RA3: Elaboración del plan de medios publicitarios, selección óptima de soportes.
- RA4: Seguimiento del plan de medios, control de cumplimiento y eficacia.
- RA5: Elaboración de informes de cobertura informativa, análisis y presentación de datos.

2. Exigencias del desempeño profesional:

En el sector del marketing y la publicidad, la correcta planificación y seguimiento de medios es clave para la eficacia de las campañas:

- Interpretación correcta de datos y métricas (RA1, RA2)
- Selección y aplicación de medios adecuados (RA3, RA4)
- Capacidad de análisis y presentación de información (RA5)

Un profesional que no domine los fundamentos teóricos (RA1, RA2) será incapaz de planificar correctamente campañas. Del mismo modo, conocer los medios sin aplicar seguimiento y análisis (RA3, RA4, RA5) resulta insuficiente para el desempeño profesional.

3. Carácter prioritario del módulo:

Este módulo es fundamental para la formación en marketing y publicidad, ya que asegura que el alumnado sea capaz de gestionar medios y soportes de manera profesional, estratégica y eficiente. Su carácter obligatorio evidencia que la competencia es esencial del perfil profesional.

4. Interdependencia de los RA:

Los RA se construyen progresivamente y no son independientes:

- Sin recopilar y organizar correctamente la información de medios (RA1), no se puede valorar la relevancia de los soportes publicitarios.
- Sin conocer las tipologías y características de los medios (RA2), no se pueden seleccionar adecuadamente para la campaña.
- Sin elaborar el plan de medios (RA3), no se puede ejecutar la estrategia de comunicación.
- Sin realizar seguimiento y control (RA4), no se puede garantizar la eficacia de la campaña.
- Sin analizar y presentar informes de cobertura (RA5), no se puede evaluar ni mejorar la estrategia publicitaria.

6.3. Concreción de la Dualización (RA4)

El Resultado de Aprendizaje (RA) número 4, “Realiza seguimiento del plan de medios”, se desarrolla en la modalidad de Formación Profesional Dual.

- Justificación: Las actividades inherentes a este RA (tramitación de órdenes, monitorización, comprobación de apariciones y elaboración de informes de eficacia) requieren de un contexto real de empresa para su correcta ejecución y evaluación.
- Instrumento de Evaluación Principal: La superación del RA4 dependerá fundamentalmente del Informe del Tutor de Empresa, complementado con las fichas de seguimiento y las pruebas específicas realizadas en el centro.

7. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS

7.1. Materiales del alumnado

Apuntes facilitados por el profesor: Material didáctico elaborado por el docente, estructurado por unidades didácticas y adaptado al sector del marketing y publicidad. Incluye:

- Contenidos teóricos
- Casos prácticos del sector
- Actividades de aplicación
- Recursos complementarios (enlaces, vídeos, herramientas)

Material de consulta (no obligatorio):

- Acceso a recursos digitales abiertos recomendados por el profesor
- Documentación de organismos oficiales
- Normativa específica del sector

7.2. Recursos didácticos del profesor

Recursos digitales:

- Microsoft Teams: Plataforma principal de comunicación, entrega de trabajos y repositorio de materiales
- PowerPoint: Presentaciones de apoyo para las sesiones lectivas
- Herramientas de análisis de audiencia
- Bases de datos de medios (audiencias, encuestas, estudios, etc.)
- Herramientas y webs de planificación de campañas online

Recursos materiales:

- Ordenador, pantalla digital y proyector del aula
- Equipos informáticos del aula de informática
- Conexión a Internet