

Módulo 1012 Proyecto intermodular
de marketing y publicidad.

Ciclo Formativo de Grado Superior de
Marketing y Publicidad 2º Curso.
2025_2026

Departamento Comercio y Marketing
I.E.S. Las Llamas
Profesor: Estefanía de Diego

Índice

Contenido

1.- INTRODUCCIÓN	3
1.1.- Identificación del título.	3
1.2.- Competencias del título.	3
1.3.- Objetivos generales del ciclo formativo.	5
1.4.- Entorno profesional.....	7
2.- CONSIDERACIONES SOBRE EL MÓDULO DE PROYECTO INTERMODULAR.....	8
2.1.- Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del Módulo.	8
3.- CONTENIDOS.....	10
4.-DISTRIBUCIÓN DE LOS CONTENIDOS EN UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.	12
4.1.- Relación de unidades didácticas.....	12
4.2.- Temporalización de las unidades didácticas	12
5.- METODOLOGÍA DIDÁCTICA	13
6.- MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	14
7.- MATERIALES Y RECURSOS DIDACTICOS.....	14
8.- UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS.....	15
9.- CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES.....	15
10.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.	15
11.- PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.	15
12.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	16
13.- ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.....	19
14.- RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.	19
15.- EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE.....	19

1.- INTRODUCCIÓN

La presente programación se ha desarrollado para la impartición del Módulo de Proyecto Intermodular de Marketing y Publicidad, perteneciente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad, durante el curso académico 2025/26 en el I.E.S Las Llamas de Santander.

La programación de este módulo tiene como finalidad planificar el proceso de enseñanza-aprendizaje teniendo en consideración la regulación normativa que le afecta y sus objetivos, de forma que los alumnos alcancen las competencias necesarias para su cualificación para la actividad profesional.

- La Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la Formación Profesional
- Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.
- La Ley 6/2008, de 26 de diciembre, de Educación de Cantabria.
- Real Decreto 532/2025, de 24 de junio, por el que se incluyen determinados estándares de competencias profesionales y se integran los estándares de competencias profesionales derivados de las antiguas unidades de competencia establecidas al amparo del Real Decreto 1128/2003, de 5 de septiembre

El Ciclo Formativo de Técnico Superior en Marketing y Publicidad se encuentra regulado por el **REAL DECRETO 1571/2011, de 4 de noviembre**, por el que se establece el título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas, por la **Orden EDU/49/2025, de 28 de agosto**, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

1.1.- Identificación del título.

El título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Marketing y Publicidad.

Nivel: Formación Profesional de Grado Superior. Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing.

Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación 2011: P-5.5.4.

Nivel del Marco Español de Cualificaciones para el Aprendizaje Permanente: nivel 5A.

1.2.- Competencias del título.

1.2.1.-Competencia general.

La competencia general del título consiste en: Definir y efectuar el seguimiento de las políticas de

marketing basadas en estudios comerciales y en promocionar y publicitar los productos y/o servicios en los medios y soportes de comunicación adecuados, elaborando los materiales publipromocionales necesarios.

1.2.2.- Competencias profesionales, personales y sociales.

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Realizar las gestiones necesarias para la constitución y puesta en marcha de una empresa comercial, planificando y gestionando la obtención de los recursos financieros necesarios que procuren la rentabilidad económica y financiera de la empresa.
- b) Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing, analizando las variables de marketing mix para conseguir los objetivos comerciales definidos por la empresa.
- c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa.
- d) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados, aplicando técnicas estadísticas y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing.
- e) Organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores y realizar encuestas y/o entrevistas, planificando el trabajo de campo y utilizando las técnicas y procedimientos establecidos, para cumplir los objetivos fijados en el plan de investigación comercial.
- f) Diseñar la política de relaciones públicas de la empresa y organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, interpretando el briefing, contratando proveedores, actores y agentes, asistiendo, dirigiendo y supervisando los eventos, para cumplir con lo establecido en la política de comunicación del plan de marketing.
- g) Gestionar los servicios de atención e información al cliente y de quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario, prestando un servicio de calidad para lograr la plena satisfacción del cliente y la transmisión de una buena imagen de la empresa u organización.
- h) Elaborar el plan de medios publicitarios de la empresa, combinándolos adecuadamente, y realizar su seguimiento y control para lograr su ejecución y eficacia.
- i) Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado, aplicando las estrategias de marketing y las acciones promocionales adecuadas, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing de la empresa u organización.
- j) Elaborar materiales publipromocionales e informativos, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de edición y diseño en diversos soportes, para difundirlos según los planes programados.

k) Comunicarse en inglés con fluidez, tanto de palabra como por escrito, con todos los operadores y organismos que intervienen en operaciones comerciales.

l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.

m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.

n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.

ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.

o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.

p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

q) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.

r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

1.3.- Objetivos generales del ciclo formativo.

a) Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras, para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.

b) Elaborar informes de base y briefings, analizando y definiendo las diferentes estrategias comerciales de las variables de marketing mix, para asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.

c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y

manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.

d) Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.

e) Elaborar informes comerciales, analizando la información obtenida del mercado mediante la aplicación de técnicas estadísticas, para establecer un sistema de información de marketing eficaz (SIM).

f) Determinar las características del personal de campo, definiendo criterios de selección, dimensión, formación, motivación y remuneración, para organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores.

g) Interpretar correctamente un cuestionario y las instrucciones adjuntas y pasarlo a los encuestados, garantizando la fluidez y exactitud de las respuestas efectuadas, para realizar encuestas y/o entrevistas.

h) Definir los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa u organización, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing, para diseñar la política de relaciones públicas de la empresa.

i) Relacionar y coordinar a los distintos proveedores, actores y agentes intervinientes, dirigiendo y supervisando el evento según el protocolo establecido y resolviendo las incidencias de forma proactiva, para organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación.

j) Organizar el departamento de atención al cliente y establecer las líneas de actuación para lograr la satisfacción y fidelización de los clientes, aplicando técnicas de comunicación adecuadas para gestionar los servicios de atención e información al cliente.

k) Establecer el procedimiento de atención y resolución de quejas y reclamaciones de clientes, aplicando técnicas de comunicación y negociación adecuadas y/o de mediación o arbitraje para gestionar las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario.

l) Realizar propuestas de combinación de medios y soportes publicitarios, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y redactando informes de control de emisión y cursaje, para elaborar el plan de medios publicitarios.

m) Elaborar el argumentario de ventas del producto o servicio para su presentación a la red de ventas y definir las acciones de marketing y de promoción comercial, analizando datos del sistema de información de mercados y el briefing del producto, para gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado.

n) Aplicar técnicas de comunicación publicitaria persuasivas y de atracción del cliente, seleccionando contenidos, textos e imágenes y utilizando el estilo propio de la comunicación comercial e informativa de la empresa para elaborar materiales publipromocionales e informativos.

ñ) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, proveedores, organismos públicos, banca nacional e internacional y demás operadores que intervienen en las actividades comerciales.

- o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
- p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
- s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.
- t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.
- u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».
- v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.
- w) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

1.4.- Entorno profesional.

Las personas que obtienen el título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad ejercen su actividad en empresas de cualquier sector productivo y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado, realizando funciones de planificación, organización, gestión y actividades de marketing, investigación comercial, publicidad y relaciones públicas.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan su empresa realizando actividades de comunicación y de publicidad y eventos en el ámbito público y privado, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos de marketing, comunicación y gabinetes de prensa y comunicación de cualquier empresa u organización, o en empresas de comunicación, agencias de publicidad y eventos del ámbito público y privado, así como en empresas, organizaciones e institutos

de investigación de mercado y opinión pública dentro de los departamentos de encuestación y/o investigación en los subsectores de:

- Industria, comercio y agricultura, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Empresas de distribución comercial mayorista y/o minorista, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Entidades financieras y de seguros, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
- Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras.
- Empresas de logística y transporte.
- Asociaciones, instituciones, organismos y organizaciones no gubernamentales

2.- CONSIDERACIONES SOBRE EL MÓDULO DE PROYECTO INTERMODULAR

Módulo Profesional: Proyecto Intermodular de marketing y publicidad..

Equivalencia en créditos ECTS: 5

Código: 1012

Duración: 50 h

Este módulo se imparte en el segundo curso del Ciclo, tiene carácter transversal por lo que no está asociado ningún estándar de competencia del Catálogo Nacional de Estándares de Competencias Profesionales. El Proyecto intermodular tiene carácter integrador de los resultados de aprendizaje y queda recogido en su propio currículo. Este módulo tiene la intención de prestar especial atención a los elementos de búsqueda de información, innovación, investigación aplicada, resolución de retos o proyectos y emprendimiento.

La formación del módulo contribuye por tanto a alcanzar **todos los objetivos generales y todas las competencias del título.**

2.1.- Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del Módulo.

En la orden Orden EDU/49/2025, de 28 de agosto que establece el currículo del C.F.G.S correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad en la Comunidad Autónoma de Cantabria se detallan los objetivos expresados en términos de resultados de aprendizaje y los criterios de evaluación del módulo.

Por resultados de aprendizaje entendemos aquello que se espera que un estudiante conozca, comprenda o sea capaz de hacer al final de un periodo de aprendizaje, es decir los objetivos que persigue el proceso de aprendizaje, y comprenden conocimientos, destrezas y competencias sociales

Los resultados de aprendizaje y sus consiguientes criterios de evaluación son:

RA 1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.
- b) Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
- d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
- e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
- f) Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.
- g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.
- h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
- i) Se ha elaborado el guion de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

RA2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.
- b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.
- c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
- d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance.
- e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.
- f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.
- g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.
- i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

RA3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.

Criterios de evaluación:

- a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.
- b) Se han determinado los recursos y la logística necesarias para cada actividad.
- c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
- d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.

- e) Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
- f) Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
- g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.
- h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.

RA 4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.
- b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.
- c) Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.
- d) Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.
- e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.
- f) Se ha establecido el procedimiento para la participación de los usuarios o clientes en la evaluación y se han elaborado los documentos específicos.
- g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto, cuando este existe.

3.- CONTENIDOS

La Orden EDU/49/25 de 28 de agosto por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título en la Comunidad Autónoma de Cantabria establece en su artículo 2.6 "Para cada módulo profesional y el Proyecto intermodular, las programaciones didácticas competenciales deberán enunciar los contenidos necesarios para servir de soporte a los resultados de aprendizaje. En caso de que figuren contenidos en los anexos del currículo, éstos podrán ser incorporados a las programaciones didácticas y en su caso completados, teniendo estos la consideración de orientativos"

Los contenidos necesarios para servir de resultado a los resultados de aprendizaje, se estructuran en 4 bloques:

1.- Identificación de necesidades del sector productivo y de la organización de la empresa:

- Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.
- Estructura y organización empresarial del sector.
- Actividad de la empresa y su ubicación en el sector.

- Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.
- Tendencias del sector: productivas, económicas, organizativas, de empleo y otras.
- Procedimientos de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.
- Determinación de las relaciones laborales excluidas y relaciones laborales especiales.
- Convenio colectivo aplicable al ámbito profesional.
- La cultura de la empresa: imagen corporativa.
- Sistemas de calidad y seguridad aplicables en el sector.

2.- Diseño de proyectos relacionados con el sector:

- Análisis de la realidad local, de la oferta empresarial del sector en la zona y del contexto en el que se va a desarrollar el módulo profesional de formación en centros de trabajo.
- Recopilación de información.
- Estructura general de un proyecto.
- Elaboración de un guion de trabajo.
- Planificación de la ejecución del proyecto: objetivos, contenidos, recursos, metodología, actividades, temporalización y evaluación.
- Viabilidad y oportunidad del proyecto. Revisión de la normativa aplicable.

3.- Planificación de la ejecución del proyecto:

- Secuenciación de actividades.
- Elaboración de instrucciones de trabajo.
- Elaboración de un plan de prevención de riesgos.
- Documentación necesaria para la planificación de la ejecución del proyecto.
- Cumplimiento de normas de seguridad y ambientales. Indicadores de garantía de la calidad de proyectos

4.- Definición de procedimientos de control y evaluación de la ejecución del proyecto:

- Propuesta de soluciones a los objetivos planteados en el proyecto y justificación de las seleccionadas
- Definición del procedimiento de evaluación del proyecto.
- Determinación de las variables susceptibles de evaluación.
- Documentación necesaria para la evaluación del proyecto.
- Control de calidad de proceso y producto final.
- Registro de resultados.

4.-DISTRIBUCIÓN DE LOS CONTENIDOS EN UNIDADES DIDÁCTICAS: SECUENCIACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.

Para facilitar la asimilación de los contenidos por parte de los alumnos, se han distribuido los mismos en Unidades Didácticas.

4.1.- Relación de unidades didácticas.

U1.- Identificación de necesidades del sector productivo y de la organización de la empresa:

U2.- Diseño de proyectos relacionados con el sector:

U3.- Planificación de la ejecución del proyecto

U4.- Definición de procedimientos de control y evaluación de la ejecución del proyecto:

4.2.- Temporalización de las unidades didácticas

El módulo de Proyecto Intermodular tiene asignada una carga horaria de 50 horas, tal y como establece la Orden EDU/49/2025, de 28 de agosto (BOC 19 de septiembre), que regula el currículo de los ciclos formativos de grado superior de la familia profesional de Comercio y Marketing en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

No obstante, debido a la planificación del calendario escolar y a la coincidencia con el periodo de Formación en Empresas (FEM), la carga horaria efectiva de impartición en el aula se reduce a 19 horas. Esta circunstancia se tendrá en cuenta en la programación, ajustando la temporalización y priorizando aquellos resultados de aprendizaje y contenidos considerados imprescindibles para el logro de las competencias del módulo.

Los contenidos del módulo se repartirán a lo largo de dos evaluaciones. Su reparto se realizará del siguiente modo

	UNIDAD	Horas	RA
1ª EVALUACIÓN	Unidad Didáctica 1: Identificación de necesidades del sector productivo y de la organización de la empresa	5	1
	Unidad Didáctica 2: Diseño de proyectos relacionados con el sector:	7	2
2ª EVALUACIÓN	Unidad Didáctica 3: Planificación de la ejecución del proyecto	3.5	3
	Unidad Didáctica 4: Definición de procedimientos de control y evaluación de la ejecución del proyecto:	3.5	4

5.- METODOLOGÍA DIDÁCTICA

Las enseñanzas de formación profesional tienen por objeto conseguir que el alumnado adquiera las competencias profesionales, personales y sociales, necesarias para ejercer la actividad profesional definida en la competencia general del programa formativo. Los resultados de aprendizaje que permiten obtener dichas competencias son mayoritariamente procedimentales, por lo que la metodología a utilizar será eminentemente práctica.

Por otra parte, conociendo las futuras actividades laborales para las que el módulo va a capacitar a los alumnos, los métodos de enseñanza deben ser muy funcionales, es decir que los contenidos aprendidos deben poder aplicarse en circunstancias profesionales reales.

La metodología propuesta en la presente programación, se basa en los siguientes principios:

- Debe partir de los intereses de los alumnos para ser motivadora.
- Funcional para que puedan aplicar los conocimientos adquiridos en su futura vida laboral.
- Eminentemente práctica para desarrollar destrezas y habilidades que les permitan resolver problemas.
- Cualquier intervención educativa debe tener como objetivo que los alumnos realicen aprendizajes autónomos; es decir aprender a aprender.
- Reflexiva para favorecer el espíritu crítico y la capacidad de análisis.
- Flexible para poder adaptarse a las necesidades de los alumnos.

En cada unidad didáctica se actuará siguiendo un proceso que combine las exposiciones del profesor con la participación activa de los alumnos, basada principalmente en las aplicaciones prácticas de los contenidos estudiados.

Las líneas generales de actuación para impartir esta materia serán las siguientes:

- Presentación de cada tema, destacando las ideas principales, y encuadrándolo dentro del contexto general. Introducción general con explicaciones breves y esquemáticas de los diferentes aspectos del tema que se trate, mostrando claramente lo principal de lo accesorio y los objetivos que se pretenden alcanzar.
- Planteamiento y resolución de supuestos prácticos que ayuden en la comprensión de la unidad didáctica y sirvan para:
- Consolidar los aprendizajes
- Promover la participación del alumno en su proceso de aprendizaje
- Comprobar el nivel de comprensión de los contenidos
- Observar y, en su caso, corregir las estrategias y procedimientos empleados en la resolución de los ejercicios
- Fomentar la cooperación entre los alumnos y el trabajo en grupo.
- Respuesta de actividades teórico-prácticas para resolver fuera del aula, que tendrán como

objetivo:

- Repasar los contenidos teóricos.
- Resolver supuestos prácticos de forma individual.
- Poner de manifiesto las dificultades individuales con que se encuentren los alumnos.
- Aplicación Informática de los contenidos propios del tema.
- Corrección de ejercicios. Todos los ejercicios realizados tanto en el aula como fuera de ella, serán debidamente corregidos para evitar que permanezcan errores que lleven a confusión al alumno.

6.- MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Dadas las diferentes vías de acceso a los Ciclos Formativos de Grado Superior (Bachillerato, Universidad, pruebas de acceso a la Universidad de mayores de 25 años,...), la diversidad de alumnado en el aula puede ser un hecho, por lo tanto, se diseñarán actividades que puedan atender a esta diversidad.

Se entiende por medidas de atención a la diversidad aquellas actuaciones y programas de tipo organizativo, curricular y de coordinación que se pueden llevar a cabo en el proceso de planificación o en el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje para atender a la diversidad del alumnado. Dichas medidas deben abarcar desde la prevención hasta la intervención directa con el alumnado y pueden ser ordinarias, específicas y extraordinarias.

Se tendrán en cuenta medidas de **tipo ordinario** dirigidas a prevenir o compensar dificultades leves sin alterar los elementos esenciales del currículum:

Como medidas generales:

- Organización de contenidos en ámbitos integradores.
- Metodologías que favorezcan la participación de todo el alumnado.
- Selección y utilización de materiales curriculares diversos.
- Actividades de refuerzo si se trata de alumnado con dificultades para alcanzar los objetivos
- Medidas de ampliación y profundización para aquellos alumnos que lo requieran.

En caso de que se detectara la necesidad de algún otro tipo de intervención, se comunicaría al Departamento de Coordinación Pedagógica para el estudio de las medidas a adoptar.

7.- MATERIALES Y RECURSOS DIDACTICOS.

Para el desarrollo de la actividad didáctica requerida por este módulo, se prevé la utilización de diversos materiales y recursos didácticos.

- Presentaciones y apuntes del profesor.
- Documentación varia obtenida principalmente por internet: guías, manuales, e-books de descarga gratuita.

Recursos Tic:

- Ordenador para el profesor con cañón, proyector y conexión a internet.
- Ordenadores para los alumnos, con conexión a internet.
- Licencias de Office 365

8.- UTILIZACIÓN DE ESPACIOS Y EQUIPAMIENTOS.

Este módulo requiere el uso de un aula de referencia y una dotación de ordenadores, preferentemente PC´s. Por motivos logísticos la Dirección del IES ha optado por el uso de ordenadores portátiles dotados con el software necesario para realizar los trabajos y/o proyecto.

9.- CONCRECIÓN DEL DESARROLLO DE DESDOBLES.

No se han previsto desdobles en este módulo.

10.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES.

Se tratará de traer a diversos especialistas en temas relacionados con el diseño y la actividad publicitaria para que puedan impartir charlas a los alumnos.

11.- PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.

La evaluación será continua, y se realizará tomando como referencia los criterios de evaluación, objetivos y resultados de aprendizaje del módulo.

Respecto a los instrumentos de evaluación, se utilizarán técnicas variadas de evaluación. Se realizará en primer lugar, aquellas que permiten evaluar el aprendizaje del alumno a través de las actividades habituales de enseñanza, y en segundo lugar las actividades o pruebas específicas de evaluación.

En cuanto a la evaluación del aprendizaje, a través de las actividades de enseñanza, resalta la observación del trabajo de los alumnos como un procedimiento esencial para comprobar su progreso, puesto que proporciona información de los alumnos en situaciones diversas y sin las interferencias que provoca el saber que están siendo examinados. Estos trabajos proporcionan al profesor un tipo de información muy valiosa sobre hábitos y métodos de trabajo. Se valorará la actitud del alumno hacia la materia: atención en clase, interés, compañerismo.

Se podrá tener en cuenta también otras actividades y trabajos realizados fuera del aula y encargados por el profesor: comentarios, lecturas recomendadas (plan lector), ejercicios propuestos, etc.

Por el propio carácter y finalidad del Módulo, se integra dentro del **proceso global de evaluación** del ciclo. Evaluamos tanto el producto como el proceso así como las **competencias técnicas y las transversales**: comunicación, trabajo en equipo, innovación, etc. y **la defensa y presentación** del proyecto.

Dado que, a pesar de su carácter grupal, la **calificación es INDIVIDUAL**, podrán diseñarse actividades individuales dentro del desarrollo, que permitan evaluar y calificar al alumnado.

Instrumentos de evaluación:

- Actividades y ejercicios: El desarrollo del aprendizaje de cada una de las unidades se reforzará con la realización por parte del alumno de diversos trabajos y ejercicios, cuya elaboración podrá ser tanto durante la clase como fuera del horario lectivo.
- Análisis y desarrollo de casos prácticos.
- El proyecto Intermodular: su presentación y defensa.

12.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

En el módulo Proyecto Intermodular, la ponderación de los diferentes resultados de aprendizaje y sus correspondientes criterios de evaluación son:

Unidad Didac.	Resultados Aprendizaje	Ponderación	Criter. Eval.	Instr. Eval	Ponderación s/total
U1	1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer	20%	a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen	Actividad práctica	2,22%
			b) Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento	Actividad práctica	2,22%
			c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas	Actividad práctica	2,22%
			d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector	Actividad práctica	2,22%
			e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.	Actividad práctica	2,22%
			f) Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto	Actividad práctica	2,22%
			g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.	Actividad práctica	2,22%
			h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen	Actividad práctica	2,22%
			i) Se ha elaborado el guion de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.	Actividad práctica	2,22%
U2	2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.	50%	a) Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto	Actividades prácticas/Pres entación final	5,55%
			b) Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.	Actividades prácticas/Pres entación final	5,55%
			c) Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.	Actividades prácticas/Pres entación final	5,55%
			d) Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance	Actividades prácticas/Pres entación final	5,55%
			e) Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo	Actividades prácticas/Pres entación final	5,55%
			f) Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente	Actividades prácticas/Pres entación final	5,55%
			g) Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.	Actividades prácticas/Pres entación final	5,55%
			h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño	Actividades prácticas/Pres entación final	5,55%
			i) Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto	Actividades prácticas/Pres entación final	5,55%

U3	3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.	15%	a) Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.	Actividades prácticas	1,875%
			b) Se han determinado los recursos y la logística necesarias para cada actividad	Actividades prácticas	1,875%
			c) Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.	Actividades prácticas	1,875%
			d) Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.	Actividades prácticas	1,875%
			e) Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.	Actividades prácticas	1,875%
			f) Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución	Actividades prácticas	1,875%
			g) Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica	Actividades prácticas	1,875%
			h) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución	Actividades prácticas	1,875%
U4	4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados	15%	a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.	Actividad práctica	2,14%
			b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.	Actividad práctica	2,14%
			c) Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.	Actividad práctica	2,14%
			d) Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.	Actividad práctica	2,14%
			e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto	Actividad práctica	2,14%
			f) Se ha establecido el procedimiento para la participación de los usuarios o clientes en la evaluación y se han elaborado los documentos específicos.	Actividad práctica	2,14%
			g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto, cuando este existe	Actividad práctica	2,14%

La **calificación del módulo** se obtendrá por **media aritmética ponderada** de las notas obtenidas por el alumnado en resultados de aprendizaje indicados, en función de la ponderación de los criterios de evaluación.

El alumnado superará el módulo cuando la media ponderada de las calificaciones de los resultados de aprendizaje, conforme a los criterios de evaluación establecidos, sea igual o superior a 5.

No se considera ningún Resultado de Aprendizaje como clave.

Calificación final del módulo

La calificación final del módulo se corresponde con la ponderación de los resultados obtenidos en los distintos RA a través de los correspondientes CE, sin que el cálculo se realice mediante la nota media de las evaluaciones trimestrales, ya que debe reflejar el grado final de logro alcanzado y valorar así la evolución y mejora en el aprendizaje que se haya producido. Es importante recalcar que **para superar el módulo es necesario que el alumnado apruebe todos los resultados de aprendizaje.**

La calificación del módulo será de 1 a 10 sin decimales, considerándose positivas las calificaciones iguales o superiores a 5, tal y como establece el artículo 24 de la Orden EDU/66/2010, de 16 de agosto, de evaluación y acreditación académica, en las enseñanzas de Formación Profesional Inicial del Sistema Educativo en la Comunidad Autónoma de Cantabria.

Observaciones

- Para la consecución de los resultados de aprendizaje del módulo, es absolutamente imprescindible la correcta utilización del lenguaje, reglas gramaticales y de puntuación. Las faltas de ortografía en las actividades y pruebas objetivas se penalizarán con 0.05 puntos y las de puntuación y/o acentuación con 0.001.

13.- ASPECTOS CURRICULARES MÍNIMOS PARA SUPERAR EL MÓDULO.

Para superar el módulo es necesario que el alumnado supere todos los resultados de aprendizaje.

14.- RELACIÓN CON OTROS PLANES, PROGRAMAS O PROYECTOS.

Este módulo está relacionado con el plan Digital de Centro , plan de la Consejería de Educación para el desarrollo de la competencia digital en la comunidad educativa cuyo objetivo es integrar las tecnologías en los procesos educativos y desarrollar programas innovadores.

Asimismo se relaciona con el Plan Lingüístico de Centro y Bibliotecas Escolares, plan para el desarrollo de la competencia en comunicación lingüística y el fomento de la lectura y con el Plan de Convivencia del Centro.

15.- EVALUACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA Y DE LA PRÁCTICA DOCENTE

La autoevaluación es una parte sustantiva del proceso de enseñanza-aprendizaje y posibilita obtener información sobre las prácticas pedagógicas para mejorarlas.

El procedimiento que utilizaremos para la evaluación de la propia programación y de nuestra práctica docente, consta de tres elementos:

1.- Indicadores de logro o aspectos que vamos a evaluar.

2.- Instrumentos de recogida de datos.

3.- Medidas de mejora

1.- Indicadores de logro:

Comparación de resultados obtenidos en el curso presente con los resultados obtenidos en años anteriores

2.- Instrumentos de recogida de información.

Antes de la finalización del periodo lectivo se realizará un cuestionario de carácter anónimo en el que se recoja las opiniones del alumnado sobre diferentes aspectos de la actividad y la práctica docente, así como personalidad y trato por parte del docente.

En concreto se realizarán preguntas que deberán ser puntuadas de 1 a 5 en una escala Likert, sobre estos aspectos:

Programación de aula el profesor...

- Dá a conocer el programa (objetivos, contenidos, metodología, evaluación, etc.), a principio de curso.
- Los temas se desarrollan a un ritmo adecuado.
- Explica ordenadamente los temas.
- Se han dado todos los temas programados

Metodología, el profesor...

- Explica con claridad los conceptos en cada tema
- En sus explicaciones se ajusta bien al nivel de conocimiento de los alumnos.
- Procura hacer atractivos los contenidos
- Se preocupa por que los alumnos aprendan.
- Facilita la comunicación con los alumnos.
- Transmite la importancia y utilidad los contenidos tienen para la actividad profesional

La evaluación, el profesor...

- Explica y aplica los criterios y procedimientos de evaluación en este módulo.
- Las pruebas se ajustan a lo trabajado en clase.
- La calificación final es fruto del trabajo realizado a lo largo de todo el curso.

La actitud del profesor en general es...

- Demuestra interés por nuestro aprendizaje.
- Se esfuerza por resolver las dificultades de los alumnos el trabajo de aula.
- Responde a las dudas y cuestiones que le planteamos en clase.

3.- Medidas de mejora

A partir de este mismo cuestionario, el profesor se autoevaluará, comparando sus resultados con la media de los alumnos, para identificar los posibles gaps que requieran del desarrollo y aplicación de medidas de mejora.