



1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2024/2025

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	2024/2025	0	141	0

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

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MÓNICA BARREIRA DA CUÑA, 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 Reuniuse 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

Todos os elementos curriculares (resultados de aprendizaxe, criterios de avaliación e bloques de contido asociados) deste módulo son mínimos exixibles e poden ser avaliados en calquera das partes da proba. Para obter unha avaliación positiva é preciso superar cada unha das partes con 5 puntos sobre 10 como mínimo. A cualificación final, sempre que estean aprobadas as dúas partes da proba, realizarase mediante unha media aritmética das dúas cualificacións, teórica e práctica.



4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

PARTE TEÓRICA: poderá constar de preguntas tipo test, preguntar curtas e preguntas a desenvolver.

Versará sobre os contidos indicados no punto 2 para esta parte.

A puntuación máxima desta parte será de 10 puntos. Para superar esta parte, será necesario obter, como mínimo, 5 puntos.

4.b) Segunda parte da proba

PARTE PRÁCTICA: poderá constar de casos prácticos, exercicios e supostos relacionados cos contidos do módulo que se indican na punto 2 para esta parte da proba.

A puntuación máxima será de 10 puntos. Para superar esta parte, será necesario obter, como mínimo, 5 puntos.