

	PROGRAMACIÓN			CURSO	2025-2026
	Departamento	Comercio y marketing			
	Ciclo	Marketing y publicidad			
	Grupo	2COM304			
	Módulo	(1107) Diseño y elaboración de material de comunicación			
	Fecha:	01/10/2025	Versión:	COMPLETA	
				RESUMIDA	X
CÓDIGO	F-09-02	Versión 0	FECHA REVISIÓN: 01/07/2015		pág.: 1/8

Módulo: Diseño y elaboración de material de comunicación

Ciclo formativo: Grado Superior en Marketing y publicidad

Curso académico: 2025/2026

Nombre del docente: Ana María Domínguez Latorre



ÍNDICE

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DUALIZADO	3
2. CONTENIDOS DEL MÓDULO	3
3. TEMPORALIZACIÓN	5
5. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO	10
6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DEL MÓDULO	10

1. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DUALIZADO

El resultado de aprendizaje susceptible de ser adquirido en la formación en empresa u organismo equiparado es el siguiente:

Resultado de aprendizaje 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.

Este resultado será concretado para cada persona en formación, en función de la empresa o empresas donde vayan a realizar la formación.

2. CONTENIDOS DEL MÓDULO

Los contenidos impartidos en el centro por el docente, están asociados a cada resultado de aprendizaje, junto con sus criterios de evaluación.

UD 1. Elementos visuales y composición

- 1.1. La percepción visual
- 1.2. Composición, color y tipografía
- 1.3. Identidad corporativa o visual

UD 2. Fuentes de información y normativa

- 1. Fuentes de información
- 2. Búsqueda de imágenes
- 3. Derechos de autor
- 4. Normativa reguladora

UD 3. Comunicación persuasiva, creatividad y estrategia publicitaria

1. La comunicación persuasiva
2. Introducción al concepto de creatividad de la creatividad
3. Creatividad publicitaria
4. Estrategia publicitaria

UD 4. Preparación de materiales de comunicación.

1. Tipos de publicidad
2. Medios o soportes de comunicación
3. Publicidad en Internet
4. Papelería corporativa

UD5. Redacción y maquetación de materiales de comunicación

1. Funciones del procesador de texto.
2. Maquetación y composición de diseños de textos
3. Redacción y maquetación de anuncios en prensa

UD 6. Herramientas para la elaboración de materiales publicitarios e informativos

1. Programas generalistas.
2. Programas específicos de diseño gráfico.
3. Programas específicos de manipulación de imágenes.
4. Aplicaciones específicas de diseño web
5. Elaboración de material audiovisual
6. Coplas de seguridad.

3. TEMPORALIZACIÓN

Atendiendo a la Orden ECD/843/2024, de 25 de julio, por la que se regulan aspectos organizativos del currículo y se establecen los currículos de determinados Ciclos Formativos de Formación Profesional de Grado Superior para la Comunidad Autónoma de Aragón, la temporalización es la siguiente:

EVALUACIÓN	UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS
1ª EV	0. Presentación y evaluación inicial.	3
	1. Elementos visuales y composición	15
	2. Fuentes de información y normativa	14
	3. Comunicación persuasiva, creatividad y estrategia publicitaria	10
TOTAL 1ª EVALUACIÓN		42

2ª EV	4. Preparación de materiales de comunicación	23
	5. Redacción y maquetación de materiales de comunicación	21
TOTAL 2ª EVALUACIÓN		44
3ª EV	6. Herramientas para la elaboración de materiales publicitarios e informativos	6
TOTAL 3ª EVALUACIÓN		6
TOTAL		92

Duración del módulo profesional o proyecto

Duración curricular (horas)	133
Duración prevista para el curso actual (horas)	134
FEOE – Fecha de inicio prevista	9 marzo de 2026
FEOE – Fecha final prevista	29 de mayo de 2026
FEOE – N.º de horas que el alumnado está en la FEOE	42
Duración efectiva en el centro educativo (horas)	92

4. RELACIÓN DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Seguendo la Orden de 8 de mayo de 2014, de la Consejera de Educación, Universidad, Cultura y Deporte, por la que se establece el currículo del título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad para la Comunidad Autónoma de Aragón, la relación de las unidades didácticas con los resultados de aprendizaje, criterios de evaluación y sus pesos es la siguiente:

RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA1)		% sobre total RA
<i>Prepara el contenido de los materiales de comunicación y publicidad en todo tipo de soportes, utilizando la información disponible.</i>		25%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
a) Se han identificado las fuentes de información online y offline de acuerdo con los objetivos, contenidos, tipo de soporte y material.	3%	2
b) Se ha obtenido información, datos e imágenes, respetando	4%	2

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.	2%	4
d) Se han evaluado los materiales de comunicación utilizados para publicitar las actividades y los productos de la empresa.	3%	4
e) Se ha recabado información sobre los contenidos y materiales de comunicación utilizados al aire libre.	3%	4
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.	4%	4
g) Se han evaluado los soportes multimedia, vídeo e interactivos donde difundir los materiales publicitarios.	3%	4
h) Se han reconocido los principales materiales publicitarios presentes en Internet.	3%	4
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA2)		% sobre total RA
<i>Confecciona materiales publicitarios e informativos, utilizando técnicas de diseño gráfico, audiovisual y artístico</i>		25%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaje	UD
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.	5%	1
b) Se ha realizado la composición y formato del material, respetando principios de armonía, proporción, equilibrio y simetría, entre otros.	4%	1
c) Se han aplicado principios de asociación psicológica de imágenes, contenidos, semejanza, continuidad y simetría, entre otros.	3%	1
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.	3%	1
e) Se han diseñado materiales publipromocionales gráficos de imágenes, manteniendo una distribución equilibrada de todos los elementos	3%	1
f) Se han utilizado técnicas y recursos expresivos para crear materiales con contenidos visuales y audiovisuales	4%	1
g) Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet.	3%	1
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA3)		% sobre total RA
<i>Aplica técnicas de comunicación persuasiva, identificando los estilos propios de la comunicación comercial e informativa de la empresa.</i>		25%

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaj e	UD
a) Se han aplicado reglas de comunicación persuasiva, tanto escrita como audiovisual, a materiales publipromocionales e informativos.	4%	3
b) Se han reconocido los distintos estilos y géneros que se utilizan habitualmente en el sector publicitario.	4%	3
c) Se han definido las características propias de los diferentes conceptos de marketing directo, online, viral y otros.	3%	3
d) Se ha identificado el target o público objetivo definido en el briefing de un folleto publipromocional.	4%	3
e) Se han elaborado mensajes publicitarios utilizando distintos estilos de comunicación.	5%	5
f) Se han elaborado comunicados de prensa basados en noticias con corrección léxica, ortográfica y estilo periodístico.	5%	5
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA4)		% sobre total RA
<i>Elabora materiales publicitarios e informativos, utilizando softwares específicos para cada soporte.</i>		25%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaj e	UD
a) Se han utilizado aplicaciones informáticas de propósito general destinadas a la creación de presentaciones y material publicitario	5%	6
b) Se han preparado materiales de comunicación mediante la utilización de aplicaciones informáticas de diseño gráfico.	5%	6
c) Se han obtenido materiales promocionales y publicitarios, manejando aplicaciones informáticas de maquetación de textos y gráficos	5%	6
d) Se han realizado manipulaciones sobre objetos gráficos, utilizando aplicaciones informáticas de retoque fotográfico	5%	6
e) Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet mediante la utilización de aplicaciones informáticas de diseño web.	5%	6
RESULTADO DE APRENDIZAJE (RA5) – DUALIZADO-		% sobre total RA
<i>Organiza el plan de difusión de materiales publipromocionales e informativos respetando la identidad corporativa.</i>		RA DUA
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Porcentaj e	UD
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	-	-

5. LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL MÓDULO

Los criterios de evaluación del módulo, son los determinados en el Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional, y quedan reflejados en el apartado 4 de la presente programación.

6. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DEL MÓDULO

La calificación del módulo será el resultado de ponderar las diferentes valoraciones de los criterios, obtenidas mediante los instrumentos de evaluación, por los porcentajes establecidos.

Cada criterio de evaluación se calificará a partir de estos instrumentos: casos prácticos, trabajos y pruebas escritas que están vinculados a las unidades didácticas. Utilizando en cada criterio dos de esos tres instrumentos y siendo su calificación del 50% de la nota cada uno.

El número de faltas de asistencia (excluidas las laborales) que determina la imposibilidad de realización de evaluación continua es del 15% de las 134 horas de duración del módulo (20 horas). Alcanzar esta cifra supone perder el derecho a la evaluación parcial, quedando pendiente de evaluar todos los criterios de evaluación en la primera convocatoria de evaluación final.