



PROGRAMACIÓN				CURSO	2025-2026	
Departamento		COMERCIO				
Ciclo		TECNICO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD				
Grupo		2º CURSO				
Módulo		(1710) IPPE II				
Fecha:		14/10/2025		Versión:	COMPLETA	
					RESUMIDA	X
CÓDIGO	F-09-02	Versión 0	FECHA REVISIÓN: 01/07/2015			pág.: 1/9

Módulo: IPPE II

**Ciclo formativo: Tecnico Superior en Marketing y
Publicidad**

Curso académico: 2025/2026

Nombre del docente: Borja Bailach Ortilles



Contenido

a) Los resultados de aprendizaje susceptibles de ser adquiridos en la formación en empresa u organismo equiparado. Estos resultados serán concretados para cada persona en formación, en función de la empresa o empresas donde vayan a realizar la formación.....	3
b) Los contenidos que se vayan a impartir en el centro docente asociados a cada resultado de aprendizaje, junto con sus criterios de evaluación. En el caso de que la oferta de Grado D tenga incluidas ofertas de Grado A, B y C, se indicarán los contenidos asociados a cada una de dichas ofertas.....	3
c) Los criterios de evaluación del módulo o, en su caso, ámbito o Proyecto.....	10
d) Los criterios de calificación del módulo o, en su caso, ámbito o Proyecto, incluyendo los utilizados para el alumnado que pierde el derecho a la evaluación continua y alumnos sin derecho a formación presencial.....	10
e) Evaluación inicial del módulo.....	12
 Test de 20 preguntas (Verdadero/Falso).....	12
1. Aptitudes y actitudes en la actividad profesional.....	12
2. Daños profesionales: accidentes y enfermedades.....	13
3. Modalidades de contratación.....	13

- a) **Los resultados de aprendizaje susceptibles de ser adquiridos en la formación en empresa u organismo equiparado. Estos resultados serán concretados para cada persona en formación, en función de la empresa o empresas donde vayan a realizar la formación.**

RA 5. Desarrolla un proyecto emprendedor de innovación social y/o tecnológica aplicada en colaboración con el entorno.

- a) Se han analizado los conceptos básicos del emprendimiento y la innovación social.
- b) Se ha reflexionado sobre la necesidad del liderazgo ético y sostenible en las organizaciones.
- c) Se ha reflexionado sobre la tecnología como base para el cambio del modelo productivo.
- d) Se han puesto en marcha las estrategias propias del pensamiento de diseño para detectar necesidades sociales y medioambientales.
- e) Se han analizado los elementos del diseño de modelos de negocio ecosociales y/o de base tecnológica.
- f) Se han alineado metas de desarrollo sostenible con el diseño de modelos de negocio ecosociales y/o de base tecnológica.
- g) Se han aplicado las estrategias necesarias para analizar la viabilidad del proyecto emprendedor.
- h) Se han investigado las opciones financieras socialmente responsables.
- i) Se han definido los agentes implicados en el proyecto, así como su participación en el mismo.

ANEXO VI

- b) **Los contenidos que se vayan a impartir en el centro docente asociados a cada resultado de aprendizaje, junto con sus criterios de evaluación. En el caso de que la oferta de Grado D tenga incluidas ofertas de Grado A, B y C, se indicarán los contenidos asociados a cada una de dichas ofertas.**

Índice de contenidos:

Tema 1.- La búsqueda de empleo. (RA1)

Tema 2.- Competencias personales y sociales.(RA2)

Tema 3.- El emprendimiento (RA3)

Tema 4.- El cliente y la idea.(RA4)

Tema 5.- El entorno y la competencia. (RA4)

Tema 6.- El marketing. (RA 4)

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	Nº de horas
1ª Evaluación	00. Presentación.	2 horas
	Tema 1.- La búsqueda de empleo. (RA1)	8 horas
	Tema 2.- Competencias personales y sociales.(RA2)	8 horas
TOTAL PARCIAL 1ª EVALUACIÓN		18 horas lectivas
2ª Evaluación	Tema 3.- El emprendimiento (RA3)	8 horas
	Tema 4.- El cliente y la idea.(RA4)	7 horas
	Tema 5.- El entorno y la competencia. (RA4)	7 horas
		22 horas lectivas
3ª Evaluación	Tema 6.- El marketing. (RA 4)	4 hora
TOTAL PARCIAL 3ª EVALUACIÓN		4 horas lectivas
TOTALES		44 horas

Se han programado 44 horas porque son las horas reales que se obtienen aplicando 2 horas semanales, considerando los días festivos.

Siguiendo 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						
1	<i>1. Planifica y pone en marcha estrategias en los diferentes procesos selectivos de empleo que le permiten mejorar sus posibilidades de inserción laboral. (25%)</i>					
	Criterios de Evaluación	%	Procedimiento evaluación			U.D.
			E T		E P	
	a) Se han determinado las técnicas utilizadas actualmente en el sector para el proceso de selección de personal	5%	X		X	1
	b) Se han desarrollado estrategias para la búsqueda de empleo relacionadas con las técnicas actuales más utilizadas contextualizadas al sector.	5%	X		X	1
	c) Se han valorado las actitudes y aptitudes que permiten superar procesos selectivos en el sector privado y en el sector público.	5%	X		X	1
	d) Se ha construido una marca personal identificando las necesidades del mercado actual, sus habilidades, destrezas y su aporte de valor.	10 %	X		X	1

Resultado de aprendizaje					
2	<i>2. Aplica estrategias relacionadas con las competencias personales, sociales y emocionales para el empleo en búsqueda de la mejora de su empleabilidad. (25%)</i>				
	Criterios de Evaluación	%	Procedimiento evaluación		U. D.
			E T	E P	
	a) Se ha valorado la importancia de las competencias personales y sociales en la empleabilidad en el sector de referencia.	7 %	X	X	2
	b) Se ha participado activamente en el establecimiento de los objetivos del equipo y en la toma de decisiones del mismo, asumiendo la responsabilidad de las acciones y decisiones del grupo, cooperando y compartiendo el liderazgo.	3 %	X	X	2
	c) Se han incorporado técnicas y recursos de presentación y comunicación, tanto orales como escritos, adecuados para una comunicación efectiva y afectiva, adaptándolos a cada situación y circunstancias.	3 %	X	X	2
	d) Se han aplicado técnicas y estrategias para la gestión del tiempo disponible para alcanzar los objetivos tanto individuales como del equipo y programado las actividades necesarias.	3 %	X	X	2
	e) Se han aplicado estrategias para canalizar las emociones mostrando una actitud flexible en las relaciones con otras personas.	3 %	X	X	2
	f) Se han desarrollado estrategias para la programación de actividades atendiendo a criterios de organización eficiente y previendo las posibles dificultades.	3 %	X	X	2
	g) Se ha reaccionado de forma flexible y positiva ante conflictos y situaciones nuevas, aprovechando las oportunidades y gestionando las dificultades haciendo uso de estrategias relacionadas con la inteligencia emocional.	3 %	X	X	2

Resultado de aprendizaje					
3	3. <i>Pone en práctica las habilidades emprendedoras necesarias para el desarrollo de procesos de innovación e investigación aplicadas que promuevan la modernización del sector productivo hacia un modelo sostenible. (25%)</i>				
	Criterios de Evaluación	%	Procedimiento evaluación		U.D.
			E T	E P	
	a) Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con la construcción de una sociedad más sostenible que mejore en el bienestar de los individuos.	4%	X	X	3
	b) Se han analizado las distintas metodologías para emprender y su importancia para favorecer la innovación y como fuente de creación de empleo y bienestar social.	4%	X	X	3
	c) Se han aplicado las habilidades emprendedoras necesarias para promover el emprendimiento y el intraemprendimiento.	4%	X	X	3
	d) Se ha puesto en práctica el trabajo colaborativo como requisito para el desarrollo de procesos de innovación.	4%	X	X	3
	e) Se ha desarrollado la competencia digital necesaria para la mejora de los procesos de innovación e investigación aplicadas que promuevan la modernización del sector productivo.	4%	X	X	3
	f) Se han incorporado los objetivos de las políticas e iniciativas relacionadas con la sostenibilidad y el medio ambiente a la estrategia empresarial enfocada al desarrollo de un modelo económico y social sostenible.	5%			3

Resultado de aprendizaje					
4	<i>4. Identifica, define y valida ideas de emprendimiento generadoras de nuevas oportunidades a partir de estrategias de análisis del entorno socio productivo utilizando metodologías ágiles para el emprendimiento. (25%)</i>				
	Criterios de Evaluación	%	Procedimiento evaluación		U.D.
			ET	EP	
	a) Se han identificado los problemas de las personas destinatarias potenciales del proyecto emprendedor como paso previo a la propuesta de soluciones que se conviertan en oportunidades.	2%	X	X	4-6
	b) Se ha puesto en práctica el proceso creativo con el fin de conseguir una idea emprendedora que aporte valor económico, social y/o cultural.	2%	X	X	4-6
	c) Se ha diseñado un modelo de negocio y/o gestión derivado de la idea emprendedora.	2%	X	X	4-6
	d) Se han incorporado valores éticos y sociales a la idea emprendedora analizando modelos de balance social.	2%	X	X	4-6
	e) Se ha analizado la contribución de la Economía Circular y la Economía del Bien Común al desarrollo de un modelo económico y social basado en la equidad, la justicia social y la sostenibilidad.	2%	X	X	4-6
	f) Se han analizado los principales componentes del entorno general y específico, y su impacto en la idea emprendedora.	2%			4-6
	g) Se han realizado entrevistas de problema para validar el perfil y el problema de las personas destinatarias de la idea emprendedora.	2%			4-6
	h) Se ha validado la solución mediante la creación de prototipos buscando el encaje problema-solución.	6%			4-6
	i) Se ha experimentado con la puesta en práctica de estrategias de marketing para desarrollar destrezas en técnicas de comunicación y venta	5%			4-6

Siendo examen teórico (ET), y examen práctico (EP).

d)c) Los criterios de evaluación del módulo o, en su caso, ámbito o Proyecto.

Son los determinados en 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, los cuales quedan reflejados en el apartado b) de la presente programación.

d) Los criterios de calificación del módulo o, en su caso, ámbito o Proyecto, incluyendo los utilizados para el alumnado que pierde el derecho a la evaluación continua y alumnos sin derecho a formación presencial.

En cada instrumento evaluable, se especificarán claramente los criterios que se van a evaluar. Además, se indicará el valor asignado a cada criterio en dicho instrumento.

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.

La ponderación de cada criterio se refleja en las tablas del apartado b) de esta programación, donde la suma de los porcentajes deberá ser del 100%. La calificación final del módulo será el resultado de la ponderación de los diferentes criterios evaluados, según los porcentajes asignados en cada instrumento de evaluación.

Los instrumentos de evaluación en todos los criterios se componen de:

- Examen teórico (ET), 50% de la calificación.
- Examen práctico (EP), 50% de la calificación.