

 Junta de Castilla y León Consejería de Educación	IES CLAUDIO MOYANO	
	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO: DESARROLLO Y ELABORACIÓN DE MATERIAL DE COMUNICACIÓN	
	Página 1 de 28	

IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

Profesor	Curso	Año
AGUSTÍN REPRESA CONDE	2º	2025/2026
Duración	Equivalencia en créditos ECTS	Código
165 HORAS 5 /SEMANA	9	1007
UNIDAD DE COMPETENCIA (Estándar de competencia):		
UC2188_3: Asistir en la organización y seguimiento del plan de medios y soportes de comunicación establecida.		
UC2189_3: Elaborar y difundir en diferentes soportes materiales publicitarios.		
OBJETIVO BASE:		
Este módulo formativo contiene la formación necesaria para desarrollar todas las actividades relacionadas con la estrategia publicitaria y comunicativa de la empresa		
LEGISLACIÓN GENERAL:		
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. DECRETO 25/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado medio, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 2 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico, en la Comunidad de Castilla y León. DECRETO 24/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado superior, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico Superior, en la Comunidad de Castilla y León. ORDEN EDU/1285/2024, de 26 de noviembre, por la que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado básico, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 1, del sistema de formación profesional, conducente a la obtención de los títulos de Técnico Básico y Graduado en Educación Secundaria Obligatoria, en la Comunidad de Castilla y León Proyecto de decreto por el que se establece el currículo de los cursos de especialización de grado medio y de grado superior, correspondiente a la oferta de grado e, niveles 2 y 3 del sistema de formación profesional, conducentes a la obtención de los títulos de especialista y de máster de formación profesional, en la comunidad de castilla y león. Proyecto de Orden, por la que se desarrolla la formación en empresa u organismo equiparado para las ofertas de formación profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León. ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León.		
LEGISLACIÓN ESPECÍFICA:		
REAL DECRETO POR EL QUE SE ESTABLECE EL TÍTULO	MODIFICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE ESTABLECE EL TÍTULO:	ORDEN AUTONÓMICA POR LA QUE SE CONCRETAN ASPECTOS ESPECÍFICOS DEL CURRÍCULO:
Decreto 24/2024, de 21 de noviembre	Real decreto 500/2024, de 21 de mayo	ORDEN EDU/1347/2024

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES (COMPETENCIAS PROFESIONALES Y PARA LA EMPLEABILIDAD) RELACIONADAS CON EL MÓDULO PROFESIONAL

- 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 promocionales 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.

OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO RELACIONADOS CON EL MÓDULO PROFESIONAL

- a) Conocer las fuentes de información offline y online disponibles para poner en marcha acciones publicitarias dentro del plan de comunicación de la empresa.
- b) Conocer toda la legislación relativa a los derechos de autor y las diferentes licencias disponibles para poder disponer de materiales susceptibles de ser utilizados en las campañas publicitarias y promocionales de la empresa.
- c) Utilizar técnicas de diseño y copywriting para transmitir el mensaje publicitario objetivo planificado en la estrategia de comunicación de la empresa.
- d) Describir las ventajas de un producto a través de las técnicas creativas utilizadas para informar a los potenciales clientes.
- e) Utilizar herramientas de diseño gráfico para generar todo tipo de material de comunicación publicitaria.
- f) Identificar las herramientas más adecuadas a la hora de transmitir un mensaje publicitario.
- g) Establecer una estrategia de utilización de diversos medios publicitarios para desarrollar la política de comunicación de la empresa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA	CE
RA1 Prepara el contenido de los materiales de comunicación y publicidad en todo tipo de soportes, utilizando la información disponible.	a) Se han identificado las fuentes de información online y offline de acuerdo con los objetivos, contenidos, tipo de soporte y material. b) Se ha obtenido información, datos e imágenes, respetando 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. d) Se han evaluado los materiales de comunicación utilizados para publicitar las actividades y los productos de la empresa. e) Se ha recabado información sobre los contenidos y materiales de comunicación utilizados al aire libre. 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. g) Se han evaluado los soportes multimedia, vídeo e interactivos donde difundir los materiales publicitarios. h) Se han reconocido los principales materiales publicitarios presentes en Internet.
RA 2. Confecciona materiales publicitarios e informativos, utilizando técnicas de diseño gráfico, audiovisual y artístico.	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.

	b) Se ha realizado la composición y formato del material, respetando principios de armonía, proporción, equilibrio y simetría, entre otros. c) Se han aplicado principios de asociación psicológica de imágenes, contenidos, semejanza, continuidad y simetría, entre otros. 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. e) Se han diseñado materiales publipromocionales gráficos de imágenes, manteniendo una distribución equilibrada de todos los elementos. f) Se han utilizado técnicas y recursos expresivos para crear materiales con contenidos visuales y audiovisuales. g) Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet.
RA3 Aplica técnicas de comunicación persuasiva, identificando los estilos propios de la comunicación comercial e informativa de la empresa.	a) Se han aplicado reglas de comunicación persuasiva, tanto escrita como audiovisual, a materiales promocionales e informativos. b) Se han reconocido los distintos estilos y géneros que se utilizan habitualmente en el sector publicitario. c) Se han definido las características propias de los diferentes conceptos de marketing directo, online, viral y otros. d) Se ha identificado el target o público objetivo definido en el briefing de un folleto publipromocional. e) Se han elaborado mensajes publicitarios utilizando distintos estilos de comunicación. f) Se han elaborado comunicados de prensa basados en noticias con corrección léxica, ortográfica y estilo periodístico.

RA4: Elabora materiales publicitarios e informativos, utilizando softwares específicos para cada soporte.	a) Se han utilizado aplicaciones informáticas de propósito general destinadas a la creación de presentaciones y material publicitario. b) Se han preparado materiales de comunicación mediante la utilización de aplicaciones informáticas de diseño gráfico. c) Se han obtenido materiales promocionales y publicitarios, manejando aplicaciones informáticas de maquetación de textos y gráficos. d) Se han realizado manipulaciones sobre objetos gráficos, utilizando aplicaciones informáticas de retoque fotográfico. e) Se han efectuado trabajos publicitarios y promocionales en Internet mediante la utilización de aplicaciones informáticas de diseño web. .
RA5 Organiza el plan de difusión de materiales promocionales e informativos respetando la identidad corporativa.	a) Se han realizado acciones de difusión de materiales promocionales 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 promocionales 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 promocionales e informativos.

CONTENIDOS BÁSICOS extraídos del RD que regula el título (Se incluyen los contenidos que se desarrollarán a través de las unidades de trabajo):

Preparación de los materiales de comunicación:

- Fuentes de información offline y online utilizadas habitualmente por su fiabilidad y coste en el sector de la publicidad y el diseño gráfico.
- Motores de búsqueda online de bancos de imágenes.
- Normas de uso y copyright de bancos de datos e imágenes, tanto online como offline.
- Los derechos de autor.
- Características y funciones de la papelería corporativa.
- Soportes informativos de los eventos, productos y servicios desarrollados.
- Importancia del diseño del etiquetado del producto, envase, embalaje secundario y terciario.
- Características y funciones de los soportes publicitarios utilizados en el exterior.
- Otros materiales de comunicación publicitaria.
- Medios tradicionales de comunicación de masas.
- Medios de comunicación multimedia.
- Diseños existentes en Internet.

Confección de materiales publicitarios en diferentes soportes:

- Composición, color y tipografía de folletos, trípticos y carteles.
- Redacción y maquetación de anuncios en prensa.
- La composición de los elementos: escala, proporción, equilibrio en una composición y contraste de tono y escala.
- La percepción visual.
- Equilibrio, tensión y nivelación.
- Sentido de la lectura.
- Técnicas de comunicación visual.
- Fases de elaboración de material audiovisual.
- Ensayo del producto y revisión.

- Banners.
- Ventanas emergentes o pop-up y pop-under.
- Marketing directo. Mailing personalizado.
- Publicidad gratuita en buscadores y redes sociales.

Aplicación de técnicas de comunicación persuasivas:

- Tipos de publicidad.
- Introducción al concepto de creatividad.
- Estilos creativos de publicidad.
- Creatividad publicitaria en medios y soportes impresos y audiovisuales.
- Técnicas de creatividad publicitaria.
- La creatividad en la comunicación publicitaria.
- Modalidades de instrucciones creativas.
- Sujeto creativo y producto creativo.
- La dimensión persuasiva de la comunicación publicitaria.
- Establecimiento de la estrategia publicitaria.
- El briefing.
- Los objetivos publicitarios: definición del público objetivo, características del producto y el presupuesto.
- Fijación del calendario publicitario.
- La importancia del posicionamiento.

Elaboración de materiales publicitarios e informativos:

- Diseño de plantillas para: presentaciones multimedia, e-mails y notas de prensa, entre otros.
- Herramientas de presentaciones gráficas.
- Programas generalistas destinados a la elaboración de material publicitario.
- Programas específicos de diseño gráfico.
- Programas para maquetación y composición de diseños de textos.
- Programas específicos de manipulación de imágenes.
- Aplicaciones específicas de diseño web.

Organización del plan de difusión de materiales publipromocionales e informativos:

- Objetivos publicitarios.
- Presupuesto de publicidad.
- Temporalidad publicitaria y calendarios de las inserciones publicitarias.
- Tipos de calendarios de inserciones.
- Factores determinantes de la planificación temporal.
- Público objetivo y perfil de la audiencia.
- Adecuación del medio publicitario al producto o servicio.
- Alcance de los diferentes medios publicitarios.
- Sistemas de medición de audiencias.
- Coste de soporte, coste por contacto y coste útil.
- Cobertura y distribución de combinaciones de soportes e indicadores derivados.
- Indicadores de rentabilidad.
- Proveedores de marketing directo. Contratación y outsourcing.

UNIDADES DE TRABAJO

Temporalización y secuenciación

TRIM.	UNIDADES	HORAS	COMIENZO	FIN
1	UT1 NORMAS DE USO Y COPYRIGHT DE DATOS E IMÁGENES	22	15/09/2025	24/10/2025
	UT2: CONFECCIÓN DE MATERIALES PUBLICITARIOS E INFORMATIVOS	19	27/10 /2025	24/11/2025
	UT3: TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN: ESTILOS DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA	15	25/11/2025	19/12/2025
2	UT4: ELABORACIÓN DE LOGOS, FLYERS, FOLLETOS Y ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA	18	8/1/2026	3/2/2026
2	UT5: ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE DIFUSIÓN DE MATERIALES PUBLIPOROMOCIONALES	16	4/2/2026	24/2/202
	FEE		4/ 3/2026	24/6/2026

	UT1	UT2	UT3	UT 4	UT5	FEE
RA1	X					X
RA2		X				x
RA3			X			X
RA 4				X		X
RA 5					X	X

METODOLOGÍA

El enfoque metodológico adoptado está orientado a lograr el propósito esencial de la Formación Profesional: el **desarrollo de las competencias prácticas** o el "saber hacer". Esto se consigue mediante la **integración de los componentes científicos, técnicos y organizativos**, facilitando que los estudiantes obtengan una comprensión integral de los procesos productivos inherentes a la actividad profesional del sector.

Para alcanzar esta meta, se implementará una metodología basada en dos pilares:

- **Participativa:** El alumnado será el eje central del desarrollo de los temas, dirigiendo la dinámica de la clase a través de sus propias iniciativas, preguntas, inquietudes y puntos de vista relacionados con la materia.
- **Individualizada (en lo posible):** Se prestará atención a las distintas necesidades y ritmos de aprendizaje de cada estudiante, ofreciendo el apoyo necesario para superar las posibles dificultades.

El esquema general de desarrollo de este módulo se estructurará de la siguiente manera:

1. **Presentación Inicial:** Al inicio del curso, el docente expondrá detalladamente la planificación del módulo, incluyendo la definición de objetivos, el desglose de contenidos, las normas de convivencia, la organización de las tareas y los procedimientos de evaluación y criterios de calificación.
2. **Activación y Contextualización:** El profesor comenzará cada unidad didáctica explorando los **conocimientos y las ideas previas** que el grupo ya posee sobre el tema, que son fundamentales para abordar el nuevo material. Además, se ofrecerá una **introducción motivadora** para contextualizar los contenidos dentro del marco general del módulo y destacar su relevancia y aplicación práctica en el entorno laboral.
3. **Desarrollo de Contenidos y Práctica Dirigida:** Seguidamente, se procederá a la **explicación detallada de los contenidos** (conceptuales y procedimentales) hasta su total asimilación, con especial énfasis en los aspectos esenciales. El docente facilitará recursos visuales y gráficos. Esta fase de exposición buscará activamente la **participación del alumnado** mediante la formulación constante de preguntas; algunas serán aclaradas por el profesor, y otras serán debatidas y resueltas por los estudiantes. El propósito es estimular la **autonomía en el aprendizaje** y la **capacidad de trabajo en equipo**. Paralelamente, se entregarán a los estudiantes **ejercicios prácticos basados en situaciones reales** para cimentar su preparación de cara al mercado laboral.
4. **Consolidación y Profundización:** Posteriormente, se llevarán a cabo actividades de enseñanza-aprendizaje diseñadas para afianzar y extender los conocimientos y habilidades adquiridas. El apoyo se basará en el material proporcionado por el docente (textos, ejercicios, presentaciones), complementado con revistas especializadas, manuales, bibliografía recomendada y recursos de investigación en línea. Se promoverá la **investigación activa** y la **resolución de problemas** por parte de los alumnos. Una parte significativa de estas actividades se realizará de forma colaborativa para fomentar el **trabajo grupal en un ambiente de respeto**.

5. **Fomento del Pensamiento Crítico:** El profesor alentará a los estudiantes a expresar sus inquietudes y sugerencias, promoviendo la participación y la motivación. Además, se estimulará el desarrollo de la **capacidad crítica** del alumnado, invitándolos a debatir argumentos o proponer y justificar métodos alternativos para resolver las cuestiones planteadas, siempre manteniendo un **respeto absoluto** por las opiniones de los demás compañeros.

RECURSOS DIDÁCTICOS Y MATERIALES

Además del uso de las TIC es conveniente disponer de un conjunto de materiales de referencia para la consulta y manejo por parte del profesor y del alumnado.

Entre estos materiales, además de la bibliografía que se relaciona en párrafos posteriores, cabe citar:

- Programas informáticos: procesador de textos, creador de presentaciones, hoja de cálculo, programas de edición y diseño, teams.
- Videoprojector y pizarra digital y pizarra tradicional
- Internet.
- Legislación relacionada con el módulo.
- Vídeos sobre los temas tratados
- Anuncios de televisión, radio y prensa.

La principal bibliografía utilizada para el desarrollo de las clases será:

Libro recomendado: Diseño y elaboración de material de comunicación. José Ignacio Cenoz. Editorial: Mc Graw Hill

Curso especialista en publicidad digital y embudo de ventas. Miguel Florido. Editorial: Anaya

TIC

Necesidad de utilización de aula con equipos, software especializado, acceso a internet Utilización de plataformas educativas: Teams, aula virtual

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación será continua, se adaptará a las diferentes metodologías de aprendizajes, y deberá basarse en la comprobación de los resultados de aprendizaje en las condiciones de calidad establecidas por el currículo. (ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León).

Las sesiones de evaluación serán 2: **1 sesiones parcial en el primer trimestre y una segunda sesión en el segundo trimestre final.**

Para llevar a cabo el proceso de evaluación se combinarán distintos instrumentos de evaluación como son actividades y pruebas tanto teóricas como prácticas.

Se considerará que el alumno ha superado el módulo si obtiene una calificación igual o superior a 5 en **TODOS** los resultados de aprendizaje que forman parte del mismo, en cuyo caso, se calculará la calificación siguiendo el porcentaje asignado a cada uno de los resultados de aprendizaje. Todo ello, al objeto de garantizar la verificación de la adquisición de los resultados de aprendizaje de la oferta formativa establecida en el artículo 18 del Real Decreto 659/2023, de 18 de julio.

En el caso de que no se obtenga una calificación igual o superior a 5 en cada resultado de aprendizaje, la calificación máxima del módulo profesional será de 4 puntos.

Instrumentos de evaluación y forma de calificación:

- Las pruebas escritas serán tipo test, preguntas a desarrollar y prácticos. Se marcará claramente la puntuación de cada una de las preguntas. En caso de que existan dos partes diferenciadas como teoría y práctica será obligatorio aprobar ambas partes.
- Se realizarán tareas y proyectos a través de la plataforma formativa del centro, estas se calificarán utilizando rúbricas que estarán a disposición del alumnado antes de comenzar la tarea y deberán ser entregadas en fecha y hora acordada.
- Para realizar el redondeo en las notas finales de cada evaluación se seguirá el siguiente criterio; cuando los decimales sean menor a 5 el redondeo se hará a la baja y si es mayor o igual a 5 se realizará al alza (por ejemplo, si la nota media es 5,6 el redondeo para la nota final será 6, si es 5,4 será 5 y si es 5,5 será 6).

Evaluaciones parciales (1ª, 2ª evaluación)

Se tendrán en cuenta las unidades de trabajo vistas en cada evaluación y el porcentaje de resultados de aprendizaje vistos en ese momento, siguiendo los criterios citados anteriormente (calificación igual o superior a 5 en los resultados de aprendizaje).

EVALUACIÓN PARCIAL TRIMESTRAL: 1^{ER} TRIMESTRE

Esta evaluación trimestral servirá para valorar el progreso del alumnado y adoptar decisiones sobre su proceso de aprendizaje. Para la calificación trimestral se considerarán las calificaciones de obtenidas en los instrumentos de evaluación utilizados. Las calificaciones obtenidas igualmente tienen que poder demostrar la superación de los diferentes resultados de aprendizaje.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

PONDERACIÓN RA	UT1	UT2	UT3	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 1 ^{ER} TRIMESTRE
RA1 (20%)	Prueba escrita (20%) Prueba práctica (14%)			Nota x 20% + Nota x 14%	NOTA x 34%
RA2 (20%)		Prueba escrita (20%) Prueba práctica (13%)		Nota x 20%+ Nota x 13%	NOTA x 33%
RA3 (20%)			Prueba escrita (20 %) Prueba práctica (13%)	Nota x 20% Nota x 13%	NOTA x 33%
NOTA 1 EVALUACIÓN: nota RA1 (34%) + nota RA2 (33%) +nota RA3(33%)					

EVALUACIÓN PARCIAL TRIMESTRAL 2º TRIMESTRE Y NOTA FINAL DEL MÓDULO

Esta evaluación trimestral servirá para valorar el progreso del alumnado y adoptar decisiones sobre su proceso de aprendizaje. Para la calificación trimestral se considerarán las calificaciones de obtenidas en los instrumentos de evaluación utilizados. Las calificaciones obtenidas igualmente tienen que poder demostrar la superación de los diferentes resultados de aprendizaje.

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

PONDERACIÓN RA	UT5	UT6	FEE	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 2º TRIMESTRE
RA 4(50%)	Prueba escrita (35%) Prueba práctica (15%)			NOTA X 35%+NOTAX 15%	NOTA x 50%
RA 5 (50%)		Prueba escrita (35%) Prueba práctica (15%)		NOTA X35%+NOTAX15%	NOTA X 50%

NOTA 2 EVALUACIÓN: nota RA4 (50%) +nota RA5(50%)

EVALUACIÓN PRIMERA FINAL

Alumnos que NO han superado todos los RA en las evaluaciones parciales

En el caso de que los alumnos no hayan superado la evaluación por no superar alguna RA con más de 5. Los alumnos se examinarán de las unidades didácticas correspondientes a cada RA suspensa a lo largo del curso

Una vez superados los RA la nota final se calculará con la nota obtenida para cada RA estableciendo la ponderación asignada para cada uno de ellos.

RA	PONDERACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
RA1	20%	Prueba escrita (80%) + Prueba práctica (20%) (UT1)
RA2	20%	Prueba escrita (80%) + Prueba práctica (20%) (UT2)
RA3	20%	Prueba escrita (80%) + Prueba práctica (20%) (UT3)
RA4	20%	Prueba escrita (80%) + Prueba práctica (20%) (UT4)
RA5	20 %	Prueba escrita (80%) + Prueba práctica (20%) (UT5)
TOTAL	100%	

EVALUACIÓN SEGUNDA FINAL

Alumnos que NO han superado todos los RA en la evaluación primera final

En la segunda final se evaluarán los RA no superados en la evaluación primera final.

Una vez superados los RA la nota final se calculará con la nota obtenida para cada RA estableciendo la ponderación asignada para cada uno de ellos.

RA	PONDERACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
RA1	20%	Prueba Teórico práctica 100% (UT1)
RA2	20%	Prueba Teórico práctica (100%) (UT2)
RA 3	20%	Prueba Teórico práctica (100%) (UT 3)
RA 4	20%	Prueba Teórico práctica (100%) (UT4)
RA 5	20%	Prueba Teórico práctica (100%) (UT5)
TOTAL	100%	NOTA FINAL MÓDULO: NOTA RA1 20% +NOTA RA2 20% +NOTA RA3 20%+ NOTA RA4 20% +NOTA RA 5 20% x 100

EVALUACIÓN DEL ALUMNADO CON PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTÍNUA

El alumno perderá la evaluación continua si supera el 15% de inasistencia a las actividades lectivas, manteniendo el derecho de presentarse a las pruebas finales que se determinen. La falta de entrega de todas las prácticas o trabajos supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua y poder presentarse a las pruebas parciales.

Los instrumentos de evaluación y la calificación de cada RA serán como los determinados en la primera final y la segunda final según la evaluación que corresponda

EVALUACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

Recuperación tras la evaluación parcial trimestral

Aquellos alumnos que no superen una RA con más de un 5, serán evaluados de la prueba o examen teórico-práctico, así como la solicitud de las tareas no realizadas y presentadas en fecha y hora. La prueba se realizará de forma conjunta con el resto de compañeros.

En el caso de que un alumno no se presente en fecha y hora al examen será en esta recuperación cuando se le realice de nuevo el examen o prueba escrita, con el fin de evitar exámenes a la carta. Siendo su nota final la obtenida en dicha prueba

EVALUACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

Recuperación tras la evaluación primera final

Aquellos alumnos que no superen una RA con más de un 5, serán evaluados del examen teórico-práctico, así como la solicitud de las tareas no realizadas y presentadas en fecha y hora. La prueba se realizará de forma conjunta con el resto de compañeros.

En el caso de que un alumno no se presente en fecha y hora al examen será en esta recuperación cuando se le realice de nuevo el examen o prueba escrita. Siendo su nota final la obtenida en dicha prueba.

EVALUACIÓN: OTRAS CUESTIONES

ACTUACIÓN EN CASO DE COPIA EN EXÁMENES

En el caso de que el alumno durante la elaboración del examen o posterior con sospechas justificadas, sea detectado copiando, se le retirará el examen y pasando a tener esta parte suspensa. El alumno podrá recuperar dicha prueba en la recuperación

ACTUACIÓN EN CASO DE PLAGIO

En el caso de que el alumno plagie de otro alumno o internet alguna de las tareas solicitadas, estas serán anuladas teniendo que repetir de nuevo dichas tareas

ACTUACIÓN EN CASO DE NO PRESENTARSE A LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Las pruebas no realizadas por causas justificadas se realizarán en las fechas fijadas en los días de recuperación, para no tener que hacer “exámenes a demanda”, en el caso de que el alumno no aprobase, con el fin de que tenga las mismas oportunidades que el resto de alumnos y siempre que entregue un justificante de la ausencia, se asignará otra fecha para dicho examen que sería una recuperación de un parcial.

MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y ADAPTACIONES CURRICULARES

En el caso de tener alumnado con necesidades especiales, se estudiará junto equipo de orientación del centro, y el equipo educativo, qué medidas se deberían realizar. En tal caso serían adaptaciones metodológicas, procesos y procedimientos, nunca curriculares.

REVISIONES EXÁMENES, ACLARACIONES Y RECLAMACIONES DE LA CALIFICACIÓN

Las revisiones de examen con el profesor se deberán formular en el plazo de dos días hábiles desde el conocimiento de la nota.

El procedimiento de aclaración de nota asociada a las evaluaciones trimestrales viene recogido en el artículo 18 de la Orden Edu/1575/2024 de 23 de diciembre en el que indica que se podrán solicitar las aclaraciones pertinentes por desacuerdo se realizarán el primer día hábil después de la comunicación de resultados.

El procedimiento de reclamación de nota final viene recogido en el artículo 19 de la Orden Edu/1575/2024 de 23 de diciembre en el que indica que se presentara ante la dirección del centro, en dos días hábiles a partir del siguiente del conocimiento de los resultados. La reclamación debe contener las alegaciones que justifiquen la conformidad.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

ACTIVIDAD EXTRAESCOLAR

RA RELACIONADO

No se ha planificado ninguna actividad

EVALUACIÓN DE LA PRACTICA DOCENTE

No se tiene rúbrica en el departamento, se realiza un test de valoración a los alumnos sobre la metodología aplicada por parte del profesorado

