

PROYECTO INTERMODULAR

Profesor	Curso	Año
AGUSTÍN REPRESA CONDE	2º	2026/2027
Duración	Equivalencia en créditos ECTS	Código
65 HORAS	5	10012
UNIDAD DE COMPETENCIA (Estándar de competencia):		
No tiene asociada ninguna unidad de competencia específica		
OBJETIVO BASE:		
Integrar, aplicar y consolidar las competencias profesionales, personales, sociales y transversales adquiridas a lo largo de todo el ciclo formativo de Marketing y Publicidad mediante la concepción, diseño, planificación operativa, prototipado y defensa pública colegiada de un proyecto integral, interdisciplinar y viable de marketing comercial y digital y comunicación publicitaria, adaptado a las necesidades socioeconómicas y empresariales del entorno de Castilla y León.		
LEGISLACIÓN GENERAL:		
<p>Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la formación Profesional.</p> <p>Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>		
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:
Real decreto 1571/2011, de 4 de noviembre	Real decreto 500/2024, de 21 de mayo	ORDEN EDU/1347/2024 de 26 de noviembre

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

- a) Obtener la formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
- b) 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.
- c) 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.
- d) 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.
- e) 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.
- f) 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.
- g) 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) Analizar la estructura del mercado y el comportamiento del consumidor identificando oportunidades comerciales y de negocio viables.
- b) Definir los elementos del marketing mix (producto, precio, distribución y comunicación) integrando canales físicos y digitales.
- c) Seleccionar medios y soportes de comunicación publicitaria optimizando la asignación de recursos y maximizando la cobertura y el impacto.
- d) Elaborar presupuestos y estados financieros previsionales para evaluar la solvencia y el retorno económico de campañas comerciales.
- e) Utilizar herramientas informáticas, plataformas colaborativas, suites de diseño gráfico y aplicaciones de analítica de datos en la gestión de proyectos de marketing.
- f) Comunicar con claridad, precisión técnica y capacidad de convicción ante auditorios profesionales las fases, conclusiones y viabilidad del proyecto.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA	CE
RA1: Identifica y fundamenta oportunidades de proyectos de marketing y publicidad, analizando el contexto socioeconómico, el sector y las necesidades del mercado potencial.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han justificado los motivos de elección del proyecto y su viabilidad preliminar. b) Se ha recopilado información sobre competidores, tendencias y marco normativo sectorial. c) Se ha segmentado el público objetivo definiendo arquetipos de cliente (<i>buyer persona</i>). d) Se ha formulado el diagnóstico estratégico mediante matrices analíticas (DAFO, CAME, PESTEL)
RA2 Diseña la estrategia global del proyecto y planifica las acciones de marketing mix y comunicación publicitaria, articulando los recursos humanos, técnicos y materiales necesarios.	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han fijado objetivos cuantitativos y cualitativos SMART. b) Se han diseñado las propuestas de valor, branding, pricing y política de distribución. c) Se ha estructurado el plan de comunicación integrada (medios propios, ganados y pagados). d) Se ha establecido el cronograma de ejecución temporal aplicando metodologías ágiles y diagramas de control (Gantt).

<p>RA3 Elabora el prototipo o desarrollo operativo de la campaña/proyecto, integrando herramientas tecnológicas, soportes creativos y métricas de control comercial.</p>	<p>a) Se han diseñado las piezas gráficas, audiovisuales y copys para los canales seleccionados.</p> <p>b) Se ha configurado la infraestructura digital (web/landing page simulada, embudo de captación o prototipo de evento</p> <p>c) Se han definido los cuadros de mando e indicadores clave de rendimiento (KPIs, ROI, ROAS, CPA).</p> <p>d) Se ha evaluado la coherencia jurídica (RGPD, propiedad intelectual, publicidad ilícita).</p>
<p>RA4: Evalúa la viabilidad económica y el impacto del proyecto, proyectando presupuestos, previsiones de ingresos/gastos y compromisos de sostenibilidad y RSC.</p>	<p>a) Se ha elaborado el presupuesto desglosado de medios, producción y costes operativos.</p> <p>b) Se han realizado proyecciones de tesorería y calculado el punto de equilibrio (umbral de rentabilidad).</p> <p>c) Se han previsto planes de contingencia ante desviaciones presupuestarias o de mercado.</p> <p>d) Se han integrado planes de minimización de huella ecológica y medidas éticas/RSC.</p>
<p>RA 5 Presenta y defiende públicamente el proyecto intermodular ante el tribunal evaluador, argumentando con rigor técnico y respondiendo con solvencia a las cuestiones planteadas.</p>	<p>a) Se ha elaborado una memoria técnica estructurada, clara, profesional y sin faltas léxicas o de formato.</p> <p>b) Se han utilizado recursos audiovisuales dinámicos e interactivos en el soporte de apoyo</p> <p>c) Se ha expuesto de forma estructurada, ajustándose al tiempo y demostrando dominio técnico.</p> <p>d) Se ha respondido con sentido crítico y justificación técnica a las preguntas del tribunal.</p>

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

a) Análisis de oportunidades e investigación estratégica:

- Detección y evaluación de nichos y oportunidades de negocio comercial.
- Metodologías de innovación aplicada (*Design Thinking*).
- Investigación comercial cuantitativa y cualitativa; fuentes de información primaria y secundaria.
- Análisis del macroentorno (PESTEL) y del microentorno competitivo (5 Fuerzas de Porter).
- Diagnóstico estratégico: matrices DAFO y cruce analítico CAME.
- Segmentación del mercado, tipología de clientes y definición de arquetipos (*Buyer Persona* y mapas de empatía).

b) Planificación estratégica y operativa del marketing mix:

- Formulación y priorización de objetivos comerciales y de comunicación según criterios SMART.
- Estrategias de posicionamiento corporativo y propuesta de valor.
- Concreción operativa de las políticas del marketing mix: producto/servicio, *packaging*, políticas de precios (*pricing*), canales de distribución y logística.
- Diseño del plan de comunicación integral y plan de medios multicanal (*Paid, Owned, Earned media*).
- Planificación temporal y cronograma operativo mediante metodologías ágiles (Scrum, Kanban) y diagramas de control (Gantt).

c) Prototipado, desarrollo creativo y analítica digital:

- Elaboración de *briefing* y contrabriefing publicitario; conceptos creativos y *copywriting*.
- Producción y desarrollo de piezas multimedia publicitarias (gráfica, vídeo, audio y contenidos digitales/social media).
- Prototipado y maquetación interactiva de infraestructuras digitales (diseño de interfaces web/landing pages simuladas o prototipos de eventos comerciales).
- Parametrización y configuración de cuadros de mando analíticos (*dashboards*) e indicadores clave de rendimiento (KPIs comerciales y digitales, ROI, ROAS, tasas de conversión).
- Marco normativo publicitario y digital: Ley General de Publicidad, publicidad ilícita, propiedad intelectual y protección de datos (RGPD).

d) Viabilidad económico-financiera y sostenibilidad:

- Estructura de costes fijos, variables y operativos del proyecto.
- Elaboración de presupuestos desglosados por partidas (producción, medios y gestión).
- Determinación del umbral de rentabilidad (punto de equilibrio) y previsiones de tesorería y retorno de la inversión.
- Análisis de riesgos e identificación de planes de contingencia ante desviaciones comerciales o presupuestarias.
- Criterios de sostenibilidad ambiental (huella ecológica) y planes de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), ética comercial e igualdad.

e) Documentación técnica, oratoria y defensa colegiada:

- Estructura formal, maquetación y normas de estilo en la redacción de la memoria técnica de proyectos corporativos.

- Diseño de presentaciones comerciales y soportes audiovisuales de alto impacto.
- Técnicas de oratoria, expresión oral y argumentación persuasiva.
- Preparación y desarrollo de la defensa pública individual/colegiada ante el tribunal evaluador y resolución técnica de objeciones.

TEMPORALIZACIÓN Y SECUENCIACIÓN

TEMPORALIZACIÓN: Comenzará en el segundo trimestre del curso coincidiendo con el comienzo de la Fase de formación en empresa de los alumnos de segundo curso.

SECUENCIACION: Un mes antes del comienzo de la fase de formación en empresa los alumnos deberán presentar un anteproyecto que será valorada por los profesores del departamento. Dicho anteproyecto podrá abordar las siguientes temáticas:

- ☒ Proyecto documental: análisis y comentario crítico de trabajos publicados o evolución tecnológica del sector. (A)
- ☐ Proyecto de innovación / investigación experimental o desarrollo: desarrollo aplicado, procedimientos de calidad o soluciones sostenibles. (B)
- ☐ Proyecto de gestión: estudios de viabilidad y mercadotecnia o elaboración de un proyecto empresarial. (C)
- ☐ Análisis crítico y prospectiva profesional: comparación y valoración de avances científicos y tecnológicos. (D)
- ☐ Innovación aplicada / desarrollo experimental: soluciones experimentales a retos reales (digitalización, sostenibilidad, seguridad laboral o mejora de procesos). (E)
- ☐ Emprendimiento y gestión empresarial: propuestas de negocio, autoempleo y estudios de mercado. (F)

Una vez aprobado el anteproyecto se asignará un tutor encargado del seguimiento del trabajo del alumno.

En caso de no cumplir los requisitos exigidos se dará un plazo de siete días para enmendar los posibles defectos del anteproyecto presentado.

Si persisten dichos defectos o el alumno no presentase idea de trabajo alguna el departamento le asignará uno de oficio.

METODOLOGÍA

Tras la adscripción del tutor individualizado, se iniciará la fase de monitorización del trabajo. Se llevarán a cabo sesiones periódicas de seguimiento quincenal, mediante modalidad presencial o virtual, con el objeto de asesorar al estudiante y subsanar las incidencias surgidas en la elaboración del trabajo.

Previamente, el responsable tutor del grupo habrá comunicado los criterios metodológicos y de maquetación requeridos para la presentación: número de páginas, fuentes tipográficas, márgenes, tablas e ilustraciones.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

La evaluación del proyecto intermodular se llevará a cabo mediante la defensa pública del trabajo ante un tribunal compuesto por tres profesores que impartan docencia en el grupo. La valoración global atenderá a cuatro bloques:

1. Aspectos formales y de presentación.
2. Contenido y desarrollo del proyecto.
3. Exposición oral ante el tribunal.
4. Resolución de preguntas y debate con los miembros del tribunal.

El departamento didáctico asignará una ponderación porcentual específica a cada uno de estos bloques, criterios que el tutor comunicará con antelación al alumnado.

Cada integrante del tribunal calificará el proyecto de 1 a 10 puntos, obteniéndose la calificación final a partir de la media aritmética. Se considerará superada la prueba a partir de una puntuación de 5.

En caso de no superar la primera convocatoria, el tribunal facilitará al alumno un informe detallado con las correcciones y aspectos a subsanar para la preparación de una segunda defensa.

EVALUACIÓN: OTRAS CUESTIONES**ACTUACIÓN EN CASO DE PLAGIO**

La detección de plagio, total o parcial, así como la constatación de que el trabajo no es fruto de la autoría individual del alumno, supondrá la calificación automática de 0 puntos en la correspondiente convocatoria.»

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

ACTIVIDAD EXTRAESCOLAR	RA RELACIONADO
No se ha planificado ninguna actividad	

EVALUACIÓN DE LA PRACTICA DOCENTE

PROGRAMACIÓN DEL MÓDULO O ASIGNATURA	0	1	2	3
Elaboro las unidades de trabajo utilizando como referente la programación didáctica				
Relaciono las competencias con el resto de los elementos del currículo del módulo o asignatura correspondiente				
Preparo la clase y los materiales y recursos didácticos siguiendo las pautas establecidas en la programación didáctica				
GESTIÓN DEL AULA	0	1	2	3
Planteo actividades que mantienen el interés del alumnado hacia los contenidos propuestos.				

Realizo en el aula diversos agrupamientos para la realización de actividades de distintos tipos: trabajo individual, en equipo, grupo clase, etc.				
Tengo en cuenta la diversidad en el aula y me preocupo de aquellos que tienen dificultades de aprendizaje.				
Incorporo y promuevo la utilización de plataformas digitales para el proceso de enseñanza y aprendizaje.				
Hago el seguimiento de los procesos de aprendizaje del alumnado y le oriento en sus dificultades.				
Mantengo el orden en las clases y contribuyo a que las actividades del centro se desarrollen en un clima de respeto, de tolerancia y participación.				
Tomo las medidas necesarias para facilitar la integración del alumnado en su grupo.				

ORIENTACIÓN EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE	0	1	2	3
Al comenzar cada unidad de trabajo explico los objetivos y competencias asociados.				
En cada unidad de trabajo resumo las ideas fundamentales tratadas con mapas conceptuales, esquemas...				
Cuando introduzco nuevos conceptos, los relaciono, si es posible, con los ya conocidos, intercalo preguntas aclaratorias, pongo ejemplos...				
Corrijo de forma habitual los trabajos y las actividades de los alumnos y doy pautas para mejorar sus aprendizajes.				

EVALUACIÓN DEL PROCESO DE APRENDIZAJE	0	1	2	3
Relaciono los contenidos con los criterios de evaluación y, en su caso, con los estándares de aprendizaje evaluables.				
Tengo establecidos diferentes y variados instrumentos de evaluación que están asociados a criterios de calificación ponderados porcentualmente.				
Tengo establecidos los criterios de calificación, y estos son claros, precisos y objetivos.				
Analizo los resultados de los aprendizajes del alumnado para plantear propuestas de mejora.				
Informo al alumnado y/o a las familias sobre los contenidos, procedimientos, instrumentos y criterios de evaluación y calificación.				
Tengo previstos procedimientos y actividades de recuperación.				
Atiendo a los alumnos con módulos pendientes de cursos anteriores cuando me corresponde.				