




2024/2025

***CICLO FORMATIVO GRADO SUPERIOR
MARKETING Y PUBLICIDAD***

PROYECTO

IES MIGUEL DE CERVANTES

	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO


INDICE

1. Introducción	2
1.1 Base normativa	3
1.2 Presentación e identificación del módulo	3
2. Entorno profesional y puestos de trabajo	4
3. Competencias profesionales, personales y sociales	5
4. Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación	6
5. Asignación de proyectos al alumnado	8
5.1 Proyecto propuesto por el departamento	8
5.2 Proyecto propuesto por los propios alumnos	8
6. Funciones del profesorado, seguimiento y presentación del proyecto	9
6.1 Las funciones del profesorado que realiza el seguimiento del proyecto	9
6.2.- Seguimiento del proyecto	9
6.3. Presentación del proyecto	10
7. Temporalización	10
8. Evaluación	11

1.- INTRODUCCIÓN

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación (LOE) regula la formación profesional dentro del sistema educativo y la define como un conjunto de ciclos formativos de grado medio y de grado superior, que tienen como finalidad preparar a los alumnos y alumnas para la actividad en un campo profesional y facilitar su adaptación a las modificaciones laborales que puedan producirse en su vida, así como contribuir a su desarrollo personal y al ejercicio de la ciudadanía democrática.

La LOE introduce una mayor flexibilidad en el acceso, así como en las relaciones entre los distintos subsistemas de la formación profesional, al tiempo que fomenta e impulsa el aprendizaje a lo largo de la vida, proporcionando a los jóvenes una educación completa, que abarque los conocimientos y competencias básicas necesarias en la sociedad actual, estimulando el deseo de seguir aprendiendo y la capacidad de aprender por sí mismos. Además, ofrece posibilidades a las personas jóvenes y adultas de combinar el estudio y la formación con la actividad laboral o con otras actividades.

	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO

Denominación del Título:

El título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad queda identificado por los siguientes elementos:

Denominación: Marketing y Publicidad.

Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.

Duración: 2.000 horas.

Familia Profesional: Comercio y Marketing. Referente en la Clasificación Internacional Normalizada de la Educación: CINE-5b. Nivel del Marco Español de Cualificaciones para la educación superior:

Nivel 1 Técnico Superior

1.1. BASE NORMATIVA

-Ley Orgánica 2/2006, 3 mayo de Educación (LOE).

-El R.D 1147/2011, de 29 de julio, por el que se establece la Ordenación General de la Formación Profesional del Sistema Educativo, establece en su artículo 10 la estructura de los módulos profesionales.

-Orden ECD/329/2012, de 15 de febrero, por la que se establece el currículo del Ciclo Formativo de Grado Superior correspondiente al Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad.

En la Comunidad Autónoma de Andalucía nos encontramos con la siguiente normativa:


-Orden de 15 abril de 2014 , por la que se desarrolla el currículo correspondiente al título de Técnico Superior de Marketing y Publicidad

-Orden de 28 de septiembre de 2011, por la que se regulan los módulos profesionales de formación en centros de trabajo y de proyecto para el alumnado matriculado en centros docentes de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

1.2.- PRESENTACIÓN E IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

El módulo profesional de proyecto tiene un carácter interdisciplinar e incorpora las variables tecnológicas y organizativas relacionadas con los aspectos esenciales de la competencia profesional del título de Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.

Horas totales asignadas al módulo: 60 horas.


	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO

2.- ENTORNO PROFESIONAL Y PUESTOS DE TRABAJO

productivo y principalmente del sector del comercio y marketing público y privado, realizando funciones de planificación, organización y gestión de actividades de marketing, investigación comercial, publicidad y relaciones públicas.

Se trata de trabajadores por cuenta propia que gestionan su empresa realizando actividades de comunicación y de publicidad y eventos en el ámbito público y privado, o de trabajadores por cuenta ajena que ejercen su actividad en los departamentos de marketing, comunicación y gabinetes de prensa y comunicación de cualquier empresa u organización, o en empresas de comunicación, agencias de publicidad y eventos del ámbito público y privado, así como en empresas, organizaciones e institutos de investigación de mercado y opinión pública dentro de los departamentos de encuestación y/o investigación en los subsectores de:


- Industria, comercio y agricultura, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
 - Empresas de distribución comercial mayorista y/o minorista, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
 - Entidades financieras y de seguros, en el departamento de marketing, publicidad, relaciones públicas o encuestación e investigación.
 - Empresas importadoras, exportadoras y distribuidoras-comercializadoras.
 - Empresas de logística y transporte.
 - Asociaciones, instituciones, organismos y organizaciones no gubernamentales (ONG).
2. Las ocupaciones y puestos de trabajo más relevantes son los siguientes:
- Asistente del jefe de producto.
 - Técnico de marketing.
 - Técnico en publicidad.
 - Técnico en relaciones públicas.
 - Organizador de eventos de marketing y comunicación.
 - Auxiliar de medios en empresas de publicidad.
 - Controlador de cursaje o emisión en medios de comunicación.
 - Técnico en estudios de mercado y opinión pública.
 - Técnico en trabajos de campo.
 - Inspector de encuestadores.
 - Agente de encuestas y censos.
 - Codificador de datos para investigaciones de mercados

	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO

3. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:


- 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 publipromocionales 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 y Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de

	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO

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

	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO

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.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer.


Criterios de evaluación:

- Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.
- Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
- Se han valorado las oportunidades de negocio previsibles en el sector.
- Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
- Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.
- Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.
- Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
- Se ha elaborado el guion de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.

2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen.

Criterios de evaluación:

- Se ha recopilado información relativa a los aspectos que van a ser tratados en el proyecto.
- Se ha realizado el estudio de viabilidad técnica del mismo.
- Se han identificado las fases o partes que componen el proyecto y su contenido.
- Se han establecido los objetivos que se pretenden conseguir, identificando su alcance.
- Se han previsto los recursos materiales y personales necesarios para realizarlo.
- Se ha realizado el presupuesto económico correspondiente.
- Se han identificado las necesidades de financiación para la puesta en marcha del mismo.
- Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para su diseño.
- Se han identificado los aspectos que se deben controlar para garantizar la calidad del proyecto.

	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO


3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada. Criterios de evaluación:

- Se han secuenciado las actividades ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.
- Se han determinado los recursos y la logística necesarias para cada actividad.
- Se han identificado las necesidades de permisos y autorizaciones para llevar a cabo las actividades.
- Se han determinado los procedimientos de actuación o ejecución de las actividades.
- Se han identificado los riesgos inherentes a la ejecución, definiendo el plan de prevención de riesgos y los medios y equipos necesarios.
- Se ha planificado la asignación de recursos materiales y humanos y los tiempos de ejecución.
- Se ha hecho la valoración económica que da respuesta a las condiciones de su puesta en práctica.
- Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la ejecución.

4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.

Criterios de evaluación:

- Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.
- Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.
- Se ha definido el procedimiento para la evaluación de las incidencias que puedan presentarse durante la realización de las actividades, su posible solución y registro.
- Se ha definido el procedimiento para gestionar los posibles cambios en los recursos y en las actividades, incluyendo el sistema de registro de los mismos.
- Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.
- Se ha establecido el procedimiento para la participación de los usuarios o clientes en la evaluación y se han elaborado los documentos específicos.
- Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto, cuando este existe.

	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO

5.- ASIGNACIÓN DE PROYECTOS AL ALUMNADO

5.1 ASIGNACIÓN DE PROYECTOS POR EL DEPARTAMENTO.

Antes del inicio de este módulo, el Departamento de Comercio y Marketing propondrá un proyecto, que habrá de ser desarrollado por el alumnado.

5.2 .- PROYECTO PROPUESTO POR LOS PROPIOS ALUMNOS:


El Proyecto también puede ser propuesto por los alumnos. En este caso, el procedimiento a seguir será el siguiente:

- a) El alumnado puede presentar la descripción del proyecto que pretende realizar, con treinta días de antelación a la fecha prevista para el inicio del módulo profesional de proyecto.
- b) El equipo docente, presidido por el tutor o tutora del grupo, en el plazo de una semana, valorará la propuesta y decidirá sobre su aceptación, teniendo en cuenta, al menos, su adecuación a los contenidos abordados en el ciclo formativo y la posibilidad de realización efectiva del proyecto en los plazos existentes. La decisión se hará constar en acta y se comunicará al alumnado por quien ejerza la tutoría del grupo.
- c) Cuando la propuesta no haya sido aceptada, el alumno o alumna dispondrá de un plazo de diez días para introducir las modificaciones oportunas o presentar una nueva propuesta de proyecto. Transcurrido dicho plazo, sin que se hubieran presentado modificaciones o una nueva propuesta, se entenderá que renuncia a la convocatoria del módulo profesional, salvo que acepte un proyecto propuesto por el profesorado responsable del proyecto, de entre los determinados por el departamento de familia profesional.

Tanto en el caso del apartado 5.1 como en el del 5.2 el proyecto podrá ser realizado:

- Individualmente.
- En grupo máximo de 2 integrantes.

La ausencia de presentación del proyecto tendrá la consideración de convocatoria consumida, salvo que se presente la correspondiente renuncia.

	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO

6. FUNCIONES DEL PROFESORADO, SEGUIMIENTO Y PRESENTACION DEL PROYECTO.

6.1 Funciones del profesorado.

Son las siguientes:

- Orientar, dirigir y supervisar al alumnado durante la realización y presentación del proyecto, asesorándole especialmente en la toma de decisiones que afecten a su estructura y tratamiento de la información.
- Comprobar que los proyectos propuestos por los alumnos, una vez finalizados, cumplen las condiciones recogidas en el anteproyecto y otorgar su visto bueno antes de la presentación. La puntuación mínima para poder presentarlo será de 5 puntos.
- Coordinar, junto con la jefatura del departamento de la familia profesional, el acto que se convoque para la presentación del proyecto.
- Evaluar y calificar el módulo profesional

6.2- Seguimiento del proyecto

- Al comienzo del periodo de realización del proyecto se establece un periodo de seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado. Estas horas serán dedicadas al planteamiento y orientación de los diversos proyectos a realizar.
- Se garantiza un periodo de tutorización de seis horas lectivas semanales para el seguimiento de los diversos proyectos.
 - El asesoramiento será realizado por el profesorado que imparte clase en el segundo curso del ciclo formativo.
 - Se nombrará para el alumnado un tutor de referencia.

En el curso escolar, 2024-25 este seguimiento se llevará a cabo los viernes.


En todo caso y antes del inicio del módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo, el profesorado responsable facilitará al alumnado el trabajo concreto a realizar así como toda la información necesaria para el desarrollo de este módulo.

- Se establece un horario presencial de al menos seis horas lectivas y presenciales en el centro docente para profesorado y alumnado, las cuales serán dedicadas a la presentación, valoración y evaluación de los diversos proyectos.

6.3.Fase de presentación.

Según la normativa vigente, desde la Jefatura del Departamento se convocará al alumnado a un acto que tendrá por objeto presentar ante el equipo docente el proyecto desarrollado. Con este objeto, se elaborará un calendario, el cual será facilitado al alumnado antes del inicio del proyecto.

La presentación consistirá en la exposición del trabajo realizado, la metodología, el contenido y las conclusiones, con una especial mención a sus aportaciones originales.

	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO

Al finalizar la presentación, el profesorado dispondrá de un tiempo para plantear las dudas y preguntas que considere oportunas relacionadas con el trabajo presentado

Según la normativa vigente, la ausencia de presentación del proyecto tendrá la consideración de convocatoria consumida, excepto si se presenta la correspondiente renuncia.

Cuando el módulo profesional de proyecto se realice en periodos diferentes al establecido con carácter general, el seguimiento y la presentación ante el equipo docente de los proyectos elaborados, se llevará a cabo conforme a lo definido en el proyecto educativo del centro y siempre permitiendo que el alumnado que presenta el proyecto, pueda acogerse a evaluación final excepcional cuando esté en situación de obtener Título.

7.- TEMPORALIZACIÓN

Duración del módulo: 60 horas.

Períodos de realización	
General	Tercer trimestre.
Alumnado que sólo curse módulo de proyecto y/o FCT	Primer trimestre

Según la normativa vigente, con carácter general, el módulo profesional de proyecto se desarrollará simultáneamente al módulo profesional de formación en centros de trabajo, salvo que concurren otras circunstancias que no lo permitan y se evaluará una vez cursado el módulo profesional de formación en centros de trabajo, con objeto de posibilitar la incorporación en el mismo de las competencias adquiridas durante la realización de este último.

SECUENCIACIÓN:


Fechas estimadas:


- Fecha de comienzo: viernes 14 de marzo

- Fecha finalización: viernes 16 mayo.

El tutor de seguimiento comunicará al alumno si el proyecto supera una puntuación de 5 puntos para poder ser presentado. De lo contrario, el alumno dispondrá de un plazo de 7 días para mejorarlo. Si esto no ocurre, se le considerará suspenso este módulo. El alumno o alumna no pasará a la fase de presentación.

Se entregará al alumnado un calendario con las fechas de asistencia a clase, entrega de proyecto y presentación del mismo.

 <p>MIGUEL D CEPVANTES <i>Instituto de Enseñanza Secundaria</i></p>	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO

	CICLO SUPERIOR MARKETING Y PUBLICIDAD
	PROYECTO

8.- EVALUACIÓN

MÓDULO PROFESIONAL: PROYECTO			
RESULTADOS DE APRENDIZAJE	%	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	%
RESULTADO DE APRENDIZAJE 1	25%	a, b, c, d, e, f, g, h, i	11,12% c/u
RESULTADO DE APRENDIZAJE 2	25%	a, b, c, d, e, f, g, h, i	11,12% c/u
RESULTADO DE APRENDIZAJE 3	25%	a, b, c, d, e, f, g, h	12,5% c/u
RESULTADO DE APRENDIZAJE 4	25%	a, b, c, d, e, f, g	14,3% c/u
	100%		

- El proyecto se considera aprobado cuando este obtiene una puntuación de al menos 5 puntos.
- Los resultados de aprendizaje serán valorados del siguiente modo:
 - Parte escrita: 75%
 - Presentación oral: 25%
- Para superar el proyecto, al menos el 50% de la duración total del módulo deberá ser llevado a cabo por el alumnado de forma presencial.
- Según la normativa vigente, la evaluación de este módulo profesional quedará condicionada a la evaluación positiva del resto de los módulos profesionales del ciclo formativo, incluido el de Formación en Centros de Trabajo.