



INSTITUTO SUPERIOR DE
FORMACIÓN PROFESIONAL
SAN ANTONIO

1012– PROYECTO DE MARKETING Y PUBLICIDAD

TÉCNICO SUPERIOR EN MARKETING Y PUBLICIDAD

Ciclo Formativo de Grado Superior (LOE)





Índice

Proyecto de Marketing y Publicidad	3
Breve descripción del módulo.	3
Requisitos Previos	4
Competencia General	4
Competencias específicas:	4
Objetivos generales del ciclo formativo:	6
Resultados de aprendizaje	8
Metodología	10
Contenidos	11
Temporalización general.	12
Relación con otras asignaturas del Plan de Estudios	13
Sistema de evaluación	13
Criterios de Evaluación.	14
Material necesario	16
Tutorías	16



Proyecto de Marketing y Publicidad

Módulo: **Profesional**

Código: **1012**

Materia: **Proyecto de Marketing y Publicidad**

Carácter: **Obligatorio**

Nº de créditos: **5 ECTS- 30 Horas**

Unidad Temporal: **Segundo Curso/ Tercer Trimestre**

Breve descripción del módulo.

El módulo de Proyecto de Marketing y Publicidad es un módulo profesional presente en el ciclo formativo de Técnico Superior en Marketing y Publicidad. Éste está regulado por el RD 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el título de formación profesional de Técnico Superior en Marketing y Publicidad. y fijan sus enseñanzas mínimas, así como por la Orden de 20 de diciembre de 2013, de la Consejería de Educación, Universidades y Empleo, que desarrolla el currículo de dicho título en el ámbito de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Este módulo profesional complementa la formación establecida para el resto de los módulos profesionales que integran el título en las funciones de análisis del contexto, diseño del proyecto y organización de la ejecución.

El proyecto tiene por objeto la integración de las diversas capacidades y conocimientos que aparecen en el currículo del ciclo formativo, y que los alumnos deberán incorporar utilizando las variables tecnológicas y organizativas relacionadas con el título.

La función de análisis del contexto incluye las subfunciones de recopilación de información, identificación de necesidades y estudio de viabilidad.

La función de diseño del proyecto tiene como objetivo establecer las líneas generales para dar respuesta a las necesidades planteadas, concretando los aspectos relevantes para su realización. Incluye las subfunciones de definición del proyecto, planificación de la intervención y elaboración de la documentación.

La función de organización de la ejecución incluye las subfunciones de programación de actividades, gestión de recursos y supervisión de la intervención.

Las actividades profesionales asociadas a estas funciones se desarrollan en el sector del marketing y la publicidad.



La superación de este módulo profesional será necesaria para la obtención del título.

El proyecto supondrá la profundización y/o especialización en algunos de los aspectos que tengan una clara proyección práctica en algún campo o aspecto de la especialidad cursada.

Los proyectos a desarrollar quedarán encuadrados en alguno de los siguientes tipos:

1. **Proyecto de investigación experimental:** en él se idea un nuevo producto, sistema productivo, desarrollo tecnológico, aplicación práctica del sistema de trabajo.
2. **Proyecto de gestión:** se llevan a cabo análisis de mercado, estudios de viabilidad, mercadotecnia, puesta en marcha de un proceso o gestión empresarial.
3. **Proyecto de ejecución/realización:** se plantea un caso real de diseño y realización de producto, servicio o instalación relacionada con el ciclo formativo. A partir de los planos y/o la documentación técnica previa se elaborará un proyecto como si fuese a realizarse, incluso con la documentación necesaria a presentar ante la administración, la planificación de la instalación o producto a desarrollar y/o su mantenimiento. La envergadura del proyecto se adaptará a las competencias del título.
4. **Proyecto bibliográfico:** evaluación crítica de trabajos científicos publicados recientemente sobre un tema de actualidad relacionado con el ciclo, o sobre la evolución hasta la actualidad de cualquier tema relacionado.

Requisitos Previos

Para el acceso a la realización del módulo es imprescindible haber superado el resto de módulos del Ciclo a excepción de la Formación en Centros de Trabajo (FCT).

Competencia General

La Competencia general del alumnado del Ciclo Formativo de Técnico Superior en Marketing y publicidad consiste en definir y efectuar el seguimiento de las políticas de marketing basadas en estudios comerciales y en promocionar y publicitar los productos y/o servicios en los medios y soportes de comunicación adecuados, elaborando los materiales publipromocionales necesarios.

Competencias específicas:

En el presente módulo el alumno podrá adquirir y desarrollar todas las competencias profesionales, personales y sociales, de las citadas en el RD 1571/2011, que regula el título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad:



- 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.
- 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:

La formación del módulo se relaciona con la totalidad de los objetivos generales del ciclo y las competencias profesionales, personales y sociales del título, definidas en el RD 1571/2011 de 4 de Noviembre.

Los objetivos generales de este ciclo formativo son los siguientes:

a) Conocer y valorar las fuentes y productos financieros disponibles, tales como créditos, préstamos y otros instrumentos financieros, así como las posibles subvenciones y seleccionar los más convenientes para la empresa, analizando la información contable y evaluando los costes, riesgos, requisitos y garantías exigidas por las entidades financieras, para obtener los recursos financieros necesarios que se requieren en el desarrollo de la actividad.

b) Elaborar informes de base y briefings, analizando y definiendo las diferentes estrategias comerciales de las variables de marketing mix, para asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.

c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.

d) Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.

e) Elaborar informes comerciales, analizando la información obtenida del mercado mediante la aplicación de técnicas estadísticas, para establecer un sistema de información de marketing eficaz (SIM).



- f) Determinar las características del personal de campo, definiendo criterios de selección, dimensión, formación, motivación y remuneración, para organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores.
- g) Interpretar correctamente un cuestionario y las instrucciones adjuntas y pasarlo a los encuestados, garantizando la fluidez y exactitud de las respuestas efectuadas, para realizar encuestas y/o entrevistas.
- h) Definir los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa u organización, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing, para diseñar la política de relaciones públicas de la empresa.
- i) Relacionar y coordinar a los distintos proveedores, actores y agentes intervinientes, dirigiendo y supervisando el evento según el protocolo establecido y resolviendo las incidencias de forma proactiva, para organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación.
- j) Organizar el departamento de atención al cliente y establecer las líneas de actuación para lograr la satisfacción y fidelización de los clientes, aplicando técnicas de comunicación adecuadas para gestionar los servicios de atención e información al cliente.
- k) Establecer el procedimiento de atención y resolución de quejas y reclamaciones de clientes, aplicando técnicas de comunicación y negociación adecuadas y/o de mediación o arbitraje para gestionar las quejas y reclamaciones del cliente, consumidor y usuario.
- l) Realizar propuestas de combinación de medios y soportes publicitarios, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y redactando informes de control de emisión y cursaje, para elaborar el plan de medios publicitarios.
- m) Elaborar el argumentario de ventas del producto o servicio para su presentación a la red de ventas y definir las acciones de marketing y de promoción comercial, analizando datos del sistema de información de mercados y el briefing del producto, para gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado.
- n) Aplicar técnicas de comunicación publicitaria persuasivas y de atracción del cliente, seleccionando contenidos, textos e imágenes y utilizando el estilo propio de la comunicación comercial e informativa de la empresa para elaborar materiales publipromocionales e informativos.
- ñ) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, proveedores, organismos públicos, banca nacional e internacional y demás operadores que intervienen en las actividades comerciales.
- o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.
- p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencias.
- r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.



s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.

u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».

v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.

w) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.

x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.

Resultados de aprendizaje

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

Criterios de evaluación:

- a) Se han clasificado las empresas del sector por sus características organizativas y el tipo de producto o servicio que ofrecen.
- b) Se han caracterizado las empresas tipo, indicando la estructura organizativa y las funciones de cada departamento.
- c) Se han identificado las necesidades más demandadas a las empresas.
- d) Se han valorado las oportunidades de negocio previsible en el sector.
- e) Se ha identificado el tipo de proyecto requerido para dar respuesta a las demandas previstas.
- f) Se han determinado las características específicas requeridas en el proyecto.
- g) Se han determinado las obligaciones fiscales, laborales y de prevención de riesgos, y sus condiciones de aplicación.
- h) Se han identificado posibles ayudas o subvenciones para la incorporación de las nuevas tecnologías de producción o de servicio que se proponen.
- i) 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:

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

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

Criterios de evaluación:

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



- a) Se ha definido el procedimiento de evaluación de las actividades o intervenciones.
- b) Se han definido los indicadores de calidad para realizar la evaluación.
- c) 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.
- d) 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.
- e) Se ha definido y elaborado la documentación necesaria para la evaluación de las actividades y del proyecto.
- f) Se ha establecido el procedimiento para la participación de los usuarios o clientes en la evaluación y se han elaborado los documentos específicos.
- g) Se ha establecido un sistema para garantizar el cumplimiento del pliego de condiciones del proyecto, cuando este existe.

Metodología

El módulo profesional de proyecto se desarrollará durante el último periodo del ciclo formativo, compaginando la tutoría individual y la colectiva, de forma que, al menos, el 50% de la duración total se lleve a cabo de forma presencial y se complete con la tutoría a distancia en la que se emplearán las tecnologías de la información y la comunicación.

En todo caso y antes del inicio del módulo profesional de Formación en centros de trabajo, el profesorado responsable anticipará las actividades de enseñanza y aprendizaje que faciliten el desarrollo del módulo profesional de proyecto.

En el desarrollo y seguimiento del módulo profesional de Proyecto de Marketing y Publicidad se compaginará la tutoría individual y colectiva, de forma presencial y a distancia, utilizando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Comienzo del módulo de proyecto

Cuando se establezca el calendario de la FCT se fijará una fecha, previa al comienzo de la misma, en la que se reunirán en el centro educativo todos los alumnos que tengan que realizar el módulo de proyecto y todos los profesores-coordinadores de los mismos. En dicha reunión se fijarán las pautas de coordinación, fechas de reuniones de tutoría de los alumnos con sus profesores-coordinadores, que coincidirá con las fechas en que quincenalmente los alumnos acuden al centro



para las reuniones de tutoría de la FCT, y procedimientos que, haciendo uso de las nuevas tecnologías, permitan la comunicación, control y resolución de dudas. Esta reunión se considera como el comienzo del desarrollo del módulo.

Desarrollo del módulo del proyecto

Entre las funciones del profesor-coordinador del proyecto, se enumeran las dos siguientes:

- Orientar, dirigir y supervisar al alumno durante la pre-elaboración, realización y presentación del proyecto.
- Comprobar que los proyectos propuestos por los alumnos, una vez finalizados, cumplen las condiciones recogidas en el anteproyecto y otorgar su visto bueno.

Para la realización apropiada de estas funciones, así como para poder realizar el preceptivo control y resolución de dudas que planteen los alumnos, se establece una reunión quincenal entre los alumnos y el profesor-coordinador, que dedicará dos horas ese día a dichas reuniones, en fecha coincidente con la de reunión de tutoría de FCT en el centro. Para los contactos que se deban producir en el período entre esas fechas, se establecerán cauces de comunicación entre el profesor-coordinador y los alumnos haciendo uso de las nuevas tecnologías.

Los alumnos desarrollarán el proyecto de manera individual o en grupo, en cuyo caso, el número de alumnos que lo integre no podrá ser superior a tres.

Se utilizará las visitas QUINCENALES de los alumnos de FCT al instituto para llevar a cabo las tareas de seguimiento de los proyecto.

Contenidos

El módulo profesional de Proyecto de Marketing y Publicidad 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 Marketing y Publicidad, por lo que no tiene contenidos curriculares específicos.

El proyecto estará basado en situaciones reales, y exigirá una serie de actividades (lectura, visitas, estudios, discusiones, cálculos, redacciones...) que se estructuren en un plan de trabajo.

Deberá generar unos productos tangibles o un conjunto de documentación evaluable que sea proporcional al tiempo del que se dispone para su realización y acorde con las competencias del Título.

El tema de los proyectos será propuesto por el Departamento didáctico de la familia profesional a la que pertenecen. Los alumnos también podrán proponer proyectos propios, en cuyo caso deberán ser aprobados por el citado Departamento. Para ello deberán presentar, con quince



días de antelación a la sesión de evaluación de segundo curso previa a la realización de la FCT, un anteproyecto que contenga una breve descripción del trabajo que se pretende realizar

Las distintas variables a evaluar en el proyecto quedarán recogidas en la programación didáctica, pudiendo tenerse en cuenta factores como autonomía de cada alumno, iniciativa personal, capacidad resolutoria, presentación, innovación, originalidad, organización u otras que el departamento estime convenientes. La calificación será individual para cada alumno y no tendrá por qué ser la misma para todos los componentes del grupo que han elaborado el proyecto.

Temporalización general.

Los módulos profesionales de Proyecto y de Formación en Centros de Trabajo se cursarán una vez superados el resto de módulos profesionales que constituyen las enseñanzas del ciclo formativo.

El módulo profesional de Proyecto de Marketing y Publicidad se desarrollará durante el mismo periodo que el módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo, y sólo se podrá acceder a él después de haber superado el resto de módulos profesionales, a excepción del citado módulo profesional de Formación.

El módulo profesional de proyecto se desarrollará durante el último periodo del ciclo formativo, compaginando la tutoría individual y la colectiva, de forma que, al menos, el 50% de la duración total se lleve a cabo de forma presencial y se complete con la tutoría a distancia en la que se emplearán las tecnologías de la información y la comunicación.

En el momento de la periodificación de la FCT se fijará una jornada en el centro docente a la que asistirán los alumnos que tengan que desarrollar el módulo de Proyecto, así como sus profesores-coordinadores. Tendrá lugar antes del comienzo de la FCT para la puesta en marcha del plan de trabajo del proyecto. También se establecerá otra jornada en el centro, en la que participarán todos los implicados en el mismo, tras la finalización de la FCT y antes del acto de exposición, para ultimar los detalles de dicho proyecto.

El proyecto se presentará y defenderá ante un tribunal formado por el profesorado con atribución docente en el módulo de Proyecto, según el R.D de creación del título correspondiente, que imparta docencia al grupo de alumnos de 2º curso correspondiente.

El Jefe de Departamento de la Familia Profesional convocará a los alumnos a un acto en el que, una vez finalizada la realización del módulo de FCT, presentarán ante el tribunal constituido según las instrucciones del punto anterior, los proyectos elaborados. En dicho acto, cada grupo de



alumnos (o alumnos de manera individual) defenderá el trabajo realizado, exponiendo la metodología utilizada, el contenido y las conclusiones, con especial mención a sus aportaciones originales.

Las distintas fases en las que se divide el módulo de proyecto se notificarán, con la antelación adecuada, en la normativa específica para su realización:

- Definición y objetivos (antes de empezar la FCT)
- Diseño y planificación (durante la FCT)
- Seguimiento y control (durante la FCT)
- Presentación del proyecto (Finalizada la FCT)
- Cierre y evaluación (Finalizada la FCT)

Relación con otras asignaturas del Plan de Estudios

El módulo profesional de Proyecto tiene carácter integrador y complementario respecto del resto de módulos profesionales de los ciclos formativos de grado superior.

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 Marketing y Publicidad.

Sistema de evaluación

Procedimientos de evaluación: principios generales:

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.

La evaluación de las capacidades a alcanzar por el alumno se realizará de forma continua, mediante el seguimiento, en la elaboración del trabajo en cuestión, por parte del tutor de cada proyecto.

La expresión de la calificación final será de acuerdo con la normativa mediante una distribución porcentual. La ponderación de cada bloque sobre la nota final es la siguiente:

- Presentación formal: 20%
- Contenidos: 50%
- Defensa oral: 30%

La escala para cada ítem oscila de 1 al 10.

En caso de que el Proyecto se realice por un grupo de alumnos, la calificación será individual para cada uno de ellos.



Cada alumno individualmente será responsable de la totalidad del Proyecto.

Todos los alumnos integrantes del grupo, deberán estar en pleno conocimiento de todo el contenido del tema presentado.

Terminada la presentación, los profesores plantearán cuantas cuestiones estimen oportunas relacionadas con el trabajo presentado, tras lo cual emitirán una valoración del mismo que facilite al profesor-coordinador la calificación del módulo de Proyecto

El sistema de calificaciones será con la siguiente valoración:

- Suspenso: 0-4.9
- Aprobado 5-6.9
- Notable:7-8.9
- Sobresaliente 9-10

Criterios de recuperación

En el caso de que el proyecto no obtuviese una calificación favorable (como mínimo, APROBADO), el tribunal evaluador emitirá un informe con los aspectos que deben ser mejorados de cara a la próxima convocatoria.

Criterios de Evaluación.

Los criterios de evaluación del presente módulos son los siguientes:

- 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 guión de trabajo que se va a seguir para la elaboración del proyecto.
- 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.
- Se han secuenciado las actividades, ordenándolas en función de las necesidades de desarrollo.
- Se han determinado los recursos y la logística necesaria 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 implementación, 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.
- 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.

Material necesario

A los alumnos/as se les facilitará todo tipo de material e información de apoyo para la correcta realización del proyecto con la suficiente antelación a su inicio:

- Normativa de presentación escrita.
- Normativa de presentación oral.
- Plazos de seguimiento y entrega de los trabajos parciales y final.

Tutorías

Las funciones del profesor-coordinador del proyecto son las siguientes:

- a) Orientar, dirigir y supervisar al alumno durante la pre-elaboración, realización y presentación del proyecto.
- b) Comprobar que los proyectos propuestos por los alumnos, una vez finalizados, cumplen las condiciones recogidas en el anteproyecto y otorgar su visto bueno.
- e) Coordinar el acto que se convoque para la presentación del proyecto.
- d) Evaluar y calificar el módulo de Proyecto, oídas las recomendaciones del tribunal ante el que los alumnos lo han defendido.

El desarrollo y seguimiento de este módulo deberá compaginar la tutoría individual y colectiva. Para ello se aprovechará la jornada quincenal en la que los alumnos acuden al centro durante el periodo de realización de FCT. El profesor-coordinador del proyecto dedicará dos horas de dicha jornada a atender las cuestiones relativas a lo incluido en los epígrafes a) y b) del apartado anterior,



planteadas por los alumnos. El resto del tiempo se usará las nuevas tecnologías para la comunicación, control y resolución de dudas.

Durante el tercer trimestre, los horarios de los profesores que son coordinadores del módulo de Proyecto reflejarán una dedicación de dos horas semanales.

El Departamento conservará los materiales presentados por los alumnos, y realizará un acta de las calificaciones sugeridas, así como de la calificación final que concede el profesor coordinador a cada uno de los autores del proyecto, en donde se expliciten los distintos apartados calificados.

Cuando algún alumno pida la exención del módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo por experiencia laboral, la calificación de su módulo de Proyecto no tendrá necesariamente que esperar hasta que el resto de sus compañeros termine la FCT. El departamento podrá diseñar en este caso una periodificación, seguimiento y evaluación del proyecto, (acorde a las horas asignadas a este módulo en el currículo de la Región de Murcia), a lo largo del tercer trimestre, de tal modo que pueda titular antes de final de curso. El/los alumno/s, desarrollarán su proyecto y se pondrán de acuerdo con el profesor coordinador y el resto de profesorado (si lo necesitan) para la resolución de dudas y orientación en su trabajo. El Jefe de Departamento organizará un acto para la exposición y calificación del módulo de Proyecto de estos alumnos. La secuenciación y organización del módulo para estas excepciones quedará reflejada en la programación didáctica.

Se utilizará las visitas QUINCENALES de los alumnos de FCT al instituto para llevar a cabo las tareas de seguimiento de los proyecto.

