

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DEL MÓDULO

Familia Profesional: Comercio y Marketing

PROYECTO DE MARKETING Y PUBLICIDAD



IES
CO
MER
CIO

CFGS MARKETING Y
PUBLICIDAD 2º CURSO

AÑO ACADÉMICO: 2023 – 2024

Profesor: Mario Pérez González

ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Objetivos generales, relación de módulos profesionales del ciclo y contenidos de carácter transversal.....	4
3. Ficha del módulo: Proyecto de Marketing y Publicidad.....	10
4. Módulos formativos.....	11
5. Unidades didácticas.....	12
6. Temporalización detallada.....	12
7. Evaluación.....	13
8. Actividades de refuerzo o recuperación.....	13
9. Criterios de evaluación.....	15
10. Recuperación de módulos pendientes.....	22
11. Necesidades y propuestas de formación del profesorado.....	22
12. Bibliografía.....	22

1.- INTRODUCCIÓN

El módulo Proyecto de Marketing y Publicidad pertenece al **Ciclo Formativo de Grado Superior de Marketing y Publicidad**, de la familia profesional Comercio y Marketing, el cual se encuentra regulado por:

- **Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre**, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas, y la **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.
- **Orden EDU/78/2018, de 16 de octubre**, de la Consejería de Educación, Formación y Empleo, por la que se establece el currículo del Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad dentro del ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

Los mencionados Reales Decretos y Órdenes se aprobaron con base en la **Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo**, de Educación y el **Real Decreto 1147/2011, de 29 de julio**, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.

Identificación del Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad

Denominación: Marketing y Publicidad.

Nivel: Formación Profesional de Grado Superior.

Duración: 2000 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.

Perfil profesional del título

El perfil profesional del título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

2.- COMPETENCIA GENERAL DEL TÍTULO

La competencia general de este título consiste en definir y efectuar el seguimiento del diseño y elaboración de materiales de comunicación 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 profesionales, personales y sociales del título

Dichas competencias 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 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.

Entorno profesional y puestos de trabajo

Las personas que obtienen este título ejercen su actividad en empresas de cualquier sector 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.
- 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.

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 previsibles 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, justificandola 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.

3.- FICHA DEL MÓDULO DE PROYECTO DE MARKETING Y PUBLICIDAD

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: 2º Curso/ Tercer Trimestre

4.- MÓDULOS FORMATIVOS DEL CURSO

La Orden EDU/78/2018, de 16 de octubre, de la Consejería de Educación, Formación y Empleo, por la que se establece el currículo del Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad dentro del ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja., recoge en su Anexo II la duración de cada uno de los módulos profesionales de este Ciclo Formativo:

CFGS MARKETING Y PUBLICIDAD	
Módulos profesionales	Horas anuales
0623. Gestión económica y financiera de la empresa	200
0930. Políticas de marketing	190
0931. Marketing digital	190
1010. Investigación comercial	150
0179. Inglés	140
1014. Formación y orientación laboral	90
1007. Diseño y elaboración de material de comunicación	170
1008. Medios y soportes de comunicación	80
1009. Relaciones públicas y organización de eventos de marketing	80
1011. Trabajo de campo en la investigación comercial	80
1109. Lanzamiento de productos y servicios	100
1110. Atención al cliente, consumidor y usuario	100
1012. Proyecto de marketing y publicidad	30
1014. Formación en Centros de Trabajo	400

5.- UNIDADES DIDÁCTICAS

Los objetivos entendidos como resultados de aprendizaje que se pretenden alcanzar con cada una de las unidades didácticas de este módulo son los siguientes:

CONTENIDOS ASOCIADOS A CADA RESULTADO DE APRENDIZAJE (OBJETIVO)		
RESULTADO DE APRENDIZAJE	UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS
RA1. Identifica necesidades del sector productivo, relacionándolas con proyectos tipo que las puedan satisfacer	UD1. Identificación, definición y planteamiento del proyecto.	10
RA2. Diseña proyectos relacionados con las competencias expresadas en el título, incluyendo y desarrollando las fases que lo componen. RA3. Planifica la ejecución del proyecto, determinando el plan de intervención y la documentación asociada.	UD2. Planificación y desarrollo del proyecto.	10
RA4. Define los procedimientos para el seguimiento y control en la ejecución del proyecto, justificando la selección de variables e instrumentos empleados.	UD3. Evaluación y cierre del proyecto.	10

6.- TEMPORALIZACIÓN DETALLADA

La duración total de este módulo está marcada por las 30 horas de enseñanzas mínimas que fija el RD correspondiente y la normativa de La Rioja.

En primera convocatoria ordinaria, los alumnos realizarán los proyectos durante el período en el que realizan las FCT, de marzo a junio. En el mes de junio, los alumnos defenderán sus proyectos utilizando su primera convocatoria ordinaria para ello.

Si en esta primera convocatoria, no resultaran aptos o el alumno decida renunciar a esa convocatoria, podrían volver a matricularse para realizar el proyecto entre los meses de septiembre a enero, para

defenderlo en enero.

Durante los meses en los que los alumnos estén desarrollando sus proyectos, tendrán el apoyo, orientación y tutorización de su tutor de FCT para cuestiones generales y de su tutor individual para aspectos concretos del proyecto. El contacto será preferentemente por correo electrónico cada quince días, aunque podría darse de forma presencial o por videoconferencia, si se considera oportuno.

7.- 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 previsible 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.

8.- ACTIVIDADES DE REFUERZO O RECUPERACIÓN

Si el alumno no superase el módulo de Proyecto, al volver a matricularse, el nuevo tutor individual volverá a realizarle un seguimiento para tratar de guiarle en los aspectos de mejora que le permitan obtener la calificación de apto en la siguiente convocatoria.

9.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

CARACTERÍSTICAS ESPECIALES DEL MÓDULO

Todos los ciclos formativos de grado superior incorporarán un módulo profesional de proyecto, que se definirá de acuerdo con las características de la actividad laboral del ámbito del ciclo formativo de grado superior correspondiente, con aspectos relativos al ejercicio profesional y a la gestión profesional. tendrá por objeto la integración de los diversos resultados de aprendizaje y contenidos del currículo del ciclo formativo en la Comunidad Autónoma de La Rioja y deberá incorporar las variables tecnológicas y organizativas relacionadas con los aspectos esenciales de la competencia profesional del título de técnico superior del ciclo formativo en Marketing y Publicidad.

La matrícula en el módulo profesional de proyecto exigirá matricularse, a su vez, en el módulo profesional de formación en centros de trabajo, o bien tener superado este último módulo profesional.

El módulo profesional de proyecto se desarrollará simultáneamente al módulo profesional de formación en centros de trabajo, en el periodo comprendido desde el inicio del curso a finales de enero, por realizarse el módulo cuando los alumnos han aprobado todos los demás módulos. Con carácter extraordinario se establecerá un segundo periodo de realización desde enero a junio de ese mismo año.

Excepcionalmente, la Dirección General competente en la materia podrá establecer la realización del mismo en otro período para las enseñanzas en la modalidad de distancia y siempre que el módulo profesional de formación en Centros de Trabajo pueda estar exento por quedar acreditada una experiencia laboral relacionada con los estudios profesionales, en los términos que establezca la normativa por la que se regule la ordenación y las enseñanzas de los ciclos formativos de Formación Profesional del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de La Rioja.

El departamento de Comercio y Marketing propondrá para su desarrollo tantos proyectos como alumnos puedan cursar dicho módulo. así mismo, los proyectos podrán ser propuestos por el alumnado, en cuyo caso se requerirá la aceptación del correspondiente departamento.

Tipos de Proyecto:

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

a) Proyecto documental: Se dirigirá al análisis y comentario crítico de trabajos científicos publicados recientemente sobre un tema específico de actualidad relacionado con el ciclo formativo, o sobre la evolución tecnológica experimentada en el campo relacionado con el título.

b) Proyecto de innovación, investigación experimental o desarrollo: Consistirá en la realización de un proyecto de innovación o de investigación experimental, de producción de un objeto tecnológico, de desarrollo aplicado o de diseño de un procedimiento relacionado con la calidad, la prevención laboral o la protección del medio ambiente.

c) Proyecto de gestión: Estará encaminado a la realización de estudios de viabilidad y mercadotecnia o la elaboración de un proyecto empresarial.

2. En cualquier caso el proyecto ha de estar basado en situaciones reales o simuladas y exigir una serie de actividades que se estructuren en un plan de trabajo.

Acción tutorial:

1. La tutoría del módulo profesional de Proyecto se organizará sobre la base de la tutorización individual y colectiva.

2. La tutoría colectiva será ejercida por el tutor del grupo de alumnos, que se encargará de la formación del alumnado en la gestión de proyectos y de la organización previa de los proyectos individuales que cada uno vaya a realizar, incidiendo en los siguientes aspectos:

a) Familiarizar al alumnado con el método del proyecto.

b) Concretar los aspectos formales que debe contener un proyecto.

c) Orientar al alumnado sobre los posibles proyectos a realizar y ayudarles en la toma de decisiones.

d) Proponer al alumnado los proyectos a desarrollar.

3. La tutoría individual del módulo profesional de Proyecto será ejercida por el profesorado de segundo curso del ciclo formativo con atribución docente en este módulo profesional, de acuerdo con el Real Decreto que establece el correspondiente título, entre los que se distribuirán equitativamente el número de proyectos asignados a los alumnos. No obstante, dado que los resultados de aprendizaje y criterios de evaluación de este módulo profesional complementan los del resto de los módulos profesionales y tienen un carácter integrador de todos los módulos profesionales del ciclo formativo, colaborarán todos los profesores con atribución docente en el ciclo formativo.

4. El tutor individual orientará y asesorará al alumnado en el proceso de desarrollo del proyecto, realizando las

siguientes tareas:

a) Dirigir y supervisar al alumno durante la realización y presentación del proyecto, asesorándole especialmente en la toma de decisiones que afecten a su estructura, al tratamiento de temas o a la forma de presentación.

b) Comprobar que los proyectos propuestos por el alumnado, una vez finalizados, cumplen las condiciones indicadas en

la correspondiente propuesta y otorgar su visto bueno.

c) Coordinar el acto que se convoque para la presentación del proyecto.

d) Participar en la evaluación y calificación del módulo profesional de Proyecto conforme al artículo séptimo de esta orden.

5. El tutor individual establecerá con el alumnado comunicaciones regulares por medios telemáticos para realizar el seguimiento del módulo profesional de Proyecto.

Fases de realización del módulo profesional de Proyecto:

1. El alumnado recibirá indicaciones previas sobre el trabajo a desarrollar, en la tutoría colectiva impartida por el tutor del grupo.

2. El Departamento asignará proyectos a los alumnos que no hayan propuesto alguno o cuyos proyectos hayan sido rechazados. El tutor del grupo comunicará la asignación al alumno.

3. La propuesta de proyecto por el alumnado se realizará conforme al siguiente procedimiento.

a) El alumno presentará una propuesta que contenga la descripción del proyecto que pretende realizar, con un mes de antelación a la fecha prevista para el inicio del módulo profesional de Proyecto.

b) El departamento correspondiente, 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 el acta de la reunión del Departamento y se comunicará al alumno por el tutor del grupo.

c) Cuando la propuesta no haya sido aceptada, el alumno dispondrá de un plazo de diez días para introducir las modificaciones oportunas o presentar una única nueva propuesta de proyecto que será valorada por el departamento conforme al punto anterior. Transcurrido dicho plazo, sin que se hubieran presentado modificaciones o la nueva propuesta, el tutor del grupo le asignará uno de los proyectos determinados por el departamento de la familia profesional.

4. Una vez asignados los proyectos el Departamento publicará en el tablón de anuncios del centro

educativo y en el virtual de la sede electrónica de la Administración General de la Comunidad Autónoma de La Rioja la relación de proyectos asignados conforme al modelo que se recoge como Anexo I.

5. Con carácter general, el alumnado desarrollará el proyecto de forma individual. En un curso académico no se propondrá el mismo proyecto a más de un alumno, salvo que el equipo educativo decida que el proyecto en su conjunto, por sus características, pueda ser desarrollado en grupo, en cuyo caso quedarán bien definidas las tareas del proyecto que tienen que realizar cada uno de los miembros del grupo.

6. El equipo educativo del ciclo formativo acordará, en reunión convocada al efecto, la designación de los tutores individuales para cada alumno, entre los que podrán figurar los que ejerzan las tutorías colectivas. De la reunión se extenderá un acta, según el Anexo II de esta orden, que refleje la designación de los tutores individuales para cada alumno y el proyecto a desarrollar por cada uno de ellos, así como las posibles renunciaciones a la convocatoria del módulo profesional por parte del alumno.

7. El departamento fijará las fechas en la que el alumnado deberá entregar, y en su caso, exponer o defender cada proyecto, que serán publicadas en el tablón de anuncios del centro educativo y en el virtual de la sede electrónica de la Administración General de la Comunidad Autónoma de La Rioja. Los proyectos quedarán registrados en el departamento de la familia profesional del centro educativo. La ausencia de presentación del proyecto tendrá la consideración de convocatoria consumida, excepto si se presenta la correspondiente renuncia justificada y motivada ante el Tribunal evaluador, el cual resolverá a los efectos oportunos.

8. El centro educativo fomentará la creación de un fondo documental a partir de los proyectos originales, conservando la información más relevante sobre estos.

9. El autor individual del proyecto tiene plena disposición y derecho exclusivo a la explotación del proyecto presentado, sin más limitaciones que las contenidas en la normativa vigente en materia de propiedad industrial e intelectual.

Exención del módulo profesional de Proyecto:

1. El módulo profesional de Proyecto puede ser equivalente con el desarrollo de un proyecto de innovación, en el que participe el alumno, cuando tenga un componente integrador de los contenidos

de los módulos profesionales que constituyen el ciclo formativo.

2. El procedimiento a seguir para la exención del módulo profesional de Proyecto por equivalencia con un proyecto de innovación será el siguiente:

a) La solicitud de exención, que estará en disposición del centro y en la sede electrónica del Gobierno de La Rioja, se realizará mediante escrito del interesado dirigido al director del centro educativo donde se encuentre matriculado, formalizado en el modelo de instancia establecido a tal efecto en el Anexo III, acompañado de una fotocopia compulsada del proyecto de innovación y un documento acreditativo de que el alumno ha participado en el citado proyecto, expedido por su responsable.

b) La solicitud se podrá presentar desde el momento de formalizar la matrícula hasta un mes antes del período fijado para la realización del módulo profesional de Proyecto.

c) El director del centro educativo trasladará la solicitud junto al resto de documentación presentada y un informe valorativo emitido por el departamento de la familia profesional, a la Dirección General competente en materia de formación profesional, cuyo titular, a la vista del expediente, resolverá sobre la concesión de la exención, que se comunicará a la dirección del centro educativo.

3. En el supuesto de que se conceda la exención, el módulo profesional de Proyecto se calificará como módulo profesional exento con la abreviatura "EX".

Evaluación del módulo profesional de Proyecto

1. Para la evaluación del módulo profesional de Proyecto se constituirá un tribunal que será nombrado por el director del centro y que estará formado, al menos, por el jefe de departamento de la familia profesional, que actuará de presidente, el tutor individual y quien hubiera ejercido la tutoría colectiva. En el caso de que varias funciones recaigan sobre una misma persona la dirección del centro docente, designará un profesor del equipo educativo garantizando el menos, la participación de tres miembros en el tribunal.

2. El módulo profesional de Proyecto se evaluará una vez cursado el módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo, con objeto de posibilitar la incorporación al mismo de las competencias adquiridas en este módulo profesional. En caso de exención del módulo profesional de Formación en Centros de Trabajo por su correspondencia con la experiencia laboral, el módulo profesional de Proyecto se evaluará una vez superados todos los demás módulos profesionales del correspondiente

ciclo formativo.

3. Para la superación del módulo profesional de Proyecto cada alumno dispondrá de 2 convocatorias

4. La calificación del módulo profesional de Proyecto será numérica, de uno a diez, sin decimales. Se consideran positivas las calificaciones iguales o superiores a cinco puntos. El tribunal establecerá la calificación del módulo profesional de Proyecto en un acta, según el modelo del Anexo IV de esta orden, que servirá de base al tutor individual para evaluar dicho módulo profesional.

5. Los criterios de calificación, como porcentaje de la nota final, serán los siguientes:

a) Aspectos formales (presentación, estructura documental, organización y redacción, entre otros): 15%.

b) Contenidos (dificultad, grado de resolución de la propuesta, originalidad, actualidad, alternativas presentadas y resultados obtenidos, entre otros): 35 %.

c) Exposición y defensa (calidad de la exposición oral y de las respuestas a las preguntas planteadas por los miembros del tribunal): 50 %.

6. Cada miembro del tribunal emitirá una calificación sobre cada uno de los apartados recogidos en el punto 5, obteniéndose la media de ellas en cada apartado. La calificación final será la suma de las medias de los diversos apartados, una vez ponderada cada una de las medias sin ninguna cifra decimal, utilizando para ello el redondeo a la unidad más próxima.

7. Si el proyecto no obtuviera una calificación positiva en el periodo ordinario de realización el tribunal elaborará un informe en el que consten los defectos que deban ser subsanados. El alumnado con orientación del tutor individual, podrá completar o modificar el proyecto inicial, para su presentación, evaluación y calificación en el periodo extraordinario correspondiente.

Renuncia a la convocatoria y matrícula

Podrá renunciarse a la matrícula o convocatorias del módulo profesional de Proyecto en las mismas condiciones que las fijadas para el resto de módulos profesionales, de conformidad con la normativa aplicable en la materia.

CONVOCATORIA	NOTA	% DE CALIFICACIÓN
ENERO	Proyecto	100%
JUNIO	Proyecto	100 %

10. RECUPERACIÓN DE MÓDULOS PENDIENTES

Los alumnos con este módulo pendiente de otros años deberán cursarlo de nuevo en las mismas condiciones que los alumnos nuevos (excepto el número de convocatoria).

11. NECESIDADES Y PROPUESTAS DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO

El profesorado de este módulo no demanda una formación específica.

12. BIBLIOGRAFÍA

Como bibliografía de referencia para el desarrollo del módulo, se utilizarán, además de los apuntes proporcionados en los diferentes módulos del ciclo formativo, libros de consulta y prensa especializada, vídeos explicativos, manuales de Internet etc.