

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

Módulo optativo de centro

Producción de audiovisuales y espectáculos.

Ciclo 302 – Creación de productos multimedia

90 horas anuales – 4 sesiones semanales

2º Curso - Grado Superior – presencial

Matutino

Aula 204

10/09/2025

Departamento de Imagen y sonido - IMS

CIFP Comunicación, imagen y sonido –

Langreo33028210



1. Ámbito productivo

Este módulo optativo contribuye a la formación integral del alumnado del ciclo formativo de grado superior de Producción de Audiovisuales y Espectáculos, fomentando la adquisición de competencias en comunicación digital, planificación estratégica, rodaje, edición y postproducción. Su carácter transversal lo vincula directamente con las necesidades del sector audiovisual y de espectáculos en la región y en el resto del territorio nacional, donde cada vez más se exige un perfil polivalente capaz de crear piezas audiovisuales para promoción de servicios y/o productos como parte del trabajo, lo que exige cierta destreza no solo en la planificación, sino también en la captación y edición de imágenes y vídeos.

2. Relación entre Objetivos, competencias y resultados de aprendizaje

Los objetivos generales del ciclo, así como sus competencias profesionales, personales y sociales, se relacionan de con el módulo optativo de una forma diferente al modo en que lo hacen el resto de módulos recogidos en el currículo del ciclo. Esto es así porque el módulo optativo surge de una necesidad actual, relacionada con el ciclo pero complementaria al mismo tiempo.

Los resultados de aprendizaje concretos para el módulo son los siguientes:

RA1	Conoce la estructura y organización de la empresa e integra sus funciones entendiendo las características del puesto de trabajo y los procedimientos que se deben llevar a cabo.
RA2	Redacta contenidos digitales orientados a proyectos de producción audiovisual y espectáculos, adecuando el mensaje al canal, al formato y al público objetivo.
RA3	Planifica una estrategia digital básica de difusión para productos audiovisuales y espectáculos, alineada con los objetivos comunicativos del proyecto.
RA4	Define el estilo visual y la tipología de planos de cámara en proyectos audiovisuales, relacionando las convenciones del lenguaje audiovisual con la consecución de los objetivos comunicativos del proyecto.
RA5	Capta imágenes fotográficas y de vídeo para piezas publipromocionales potenciando su expresividad mediante recursos del lenguaje audiovisual.
RA6	Realiza el proceso de edición y posproducción de productos multimedia (imagen, vídeo, audio) aplicando teorías, códigos y técnicas de edición y evaluando la correspondencia entre el resultado obtenido y los objetivos del proyecto.

3. Relación de unidades

Nº	Unidad didáctica	Horas	Resultados de aprendizaje					
			RA1	RA2	RA3	RA4	RA5	RA6
	Presentación y evaluación inicial.	2						
1	Identidad de marca	14		x	x	x	x	x
2	Grabación y edición de spots multiplataforma	18		x	x	x	x	x
3	Marketing por campañas	20		x	x	x	x	x
4	Parámetros fotográficos	8					x	
5	Edición de audio	10						x
	Formación en empresa	38	X					
6	Proyecto final	8		x	x	x	x	x
	Evaluación extraordinaria	10		x	x	x	x	x
		128						

4. Desarrollo de unidades

Nº	UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS
0	Evaluación inicial	2
CONTENIDOS		
Explicación del módulo		
ACTIVIDADES		
1.1	Explicación de la profesora	1
1h.	Descripción del módulo	
1.2	Puesta en común	1
12h.	Conversación en grupo sobre los conocimientos previos del alumnado	

Nº	UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS
1	Identidad de marca	14
Nº	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPL
2	Redacta contenidos digitales orientados a proyectos de producción audiovisual y espectáculos, adecuando el mensaje al canal, al formato y al público objetivo.	N

3	Planifica una estrategia digital básica de difusión para productos audiovisuales y espectáculos, alineada con los objetivos comunicativos del proyecto.	N
4	Define el estilo visual y la tipología de planos de cámara en proyectos audiovisuales, relacionando las convenciones del lenguaje audiovisual con la consecución de los objetivos comunicativos del proyecto.	N
5	Capta imágenes fotográficas y de vídeo para piezas publicitarias potenciando su expresividad mediante recursos del lenguaje audiovisual.	N
6	Realiza el proceso de edición y posproducción de productos multimedia (imagen, vídeo, audio) aplicando teorías, códigos y técnicas de edición y evaluando la correspondencia entre el resultado obtenido y los objetivos del proyecto.	N
RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MIN.
2a	Se han identificado los principales formatos y estilos de escritura digital empleados en entornos multimedia (copy para redes sociales, sinopsis, guiones breves, descripciones, entradas de blog, textos para vídeos, etc.).	x
2b	Se han elaborado textos adaptados al perfil del público objetivo, ajustando el tono, el lenguaje y el propósito comunicativo según el medio y la plataforma utilizada.	x
2c	Se ha estructurado el contenido digital aplicando principios de claridad expositiva, concisión, jerarquía informativa y técnicas persuasivas propias de la comunicación online.	x
2e	Se ha aplicado correctamente la normativa ortográfica, gramatical y de estilo, revisando la coherencia textual, el uso inclusivo del lenguaje y la adecuación profesional del registro.	x
3a	Se han definido los objetivos de la estrategia digital (visibilidad, posicionamiento, conversión, engagement, asistencia, audiencia...) según el tipo de producción (obra escénica, evento en directo, pieza audiovisual, podcast, etc.), teniendo en cuenta las metas del plan general de comunicación.	x
3b	Se han identificado los públicos objetivo y segmentado según criterios demográficos, culturales y de comportamiento digital (plataformas utilizadas, hábitos de consumo, horarios de conexión, formatos preferidos...).	x
3c	Se han seleccionado los canales y plataformas digitales adecuados (p. ej. Instagram para interacción inmediata, YouTube para difusión de trailers o making-of, newsletter para comunicación directa, plataformas VOD, etc.), en función de los contenidos y del target definido.	x
4a	Se ha deducido la intencionalidad comunicativa, el género y los aspectos expresivos y estéticos de piezas promocionales.	x
4c	Se ha evaluado la aportación del trabajo de cámara en los proyectos audiovisuales promocionales, considerando aspectos tales como la narrativa visual, la focalización y el impacto emocional.	x
4f	Se han definido los condicionantes del trabajo de cámara que inciden en el montaje, la postproducción y el grafismo, tales como la continuidad audiovisual, la composición de la imagen, los ejes de acción, las direcciones y velocidades de desplazamiento, las miradas y las relaciones espaciales dentro y fuera de campo.	x
5a	Se han aplicado los ajustes requeridos en la toma de la imagen para la cumplimentación de las distintas normas compositivas visuales.	x
6a	Se han realizado ediciones simples, involucrando varias señales: imágenes/vídeo/audio, aplicando transiciones, efectos visuales y de velocidad variable coherentes con la intencionalidad narrativa del proyecto.	x
CONTENIDOS		
- Redacción digital aplicada a la producción audiovisual y escénica - Diseño de estrategias digitales para la difusión de productos audiovisuales y espectáculos - Identidad visual		
ACTIVIDADES		
1.1	ESTUDIO DE MERCADO Y CREACIÓN DE BUYER-PERSONA	RA1, RA3, RA4 Y RA5
4h	Investigación y redacción para un proyecto personal	CE: 2b, 3a, 3b, 3c, 4a

1.2	CREACIÓN DE IDENTIDAD VISUAL	RA2, RA3, RA4, RA5 Y RA6
8h	Creamos una cuenta de instagram profesional, así como su identidad visual en base a un estudio de mercado previo. Creamos la biografía de instgram y explicamos en un carrusel nuestra identidad visual. Incluimos logo e información de la biografía. Realizamos una presentación oral	CE: 2b, 2c, 2e, 3a, 4c, 4f, 5a, 6a
1.3	EXPLICACIONES DE LA PROFESORA	RA2, RA3, RA4, RA5 Y RA6
2h	Términos y técnicas profesionales, visionado de vídeos y puestas en común	

Nº	UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS
2	Grabación de spots multiplataforma	18
Nº	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPL
2	Redacta contenidos digitales orientados a proyectos de producción audiovisual y espectáculos, adecuando el mensaje al canal, al formato y al público objetivo.	N
3	Planifica una estrategia digital básica de difusión para productos audiovisuales y espectáculos, alineada con los objetivos comunicativos del proyecto.	N
4	Define el estilo visual y la tipología de planos de cámara en proyectos audiovisuales, relacionando las convenciones del lenguaje audiovisual con la consecución de los objetivos comunicativos del proyecto.	N
5	Capta imágenes fotográficas y de vídeo para piezas publicitarias potenciando su expresividad mediante recursos del lenguaje audiovisual.	N
6	Realiza el proceso de edición y posproducción de productos multimedia (imagen, vídeo, audio) aplicando teorías, códigos y técnicas de edición y evaluando la correspondencia entre el resultado obtenido y los objetivos del proyecto.	N
RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MIN.
2a	Se han identificado los principales formatos y estilos de escritura digital empleados en entornos multimedia (copy para redes sociales, sinopsis, guiones breves, descripciones, entradas de blog, textos para vídeos, etc.).	x
2b	Se han elaborado textos adaptados al perfil del público objetivo, ajustando el tono, el lenguaje y el propósito comunicativo según el medio y la plataforma utilizada.	x
2c	Se ha estructurado el contenido digital aplicando principios de claridad expositiva, concisión, jerarquía informativa y técnicas persuasivas propias de la comunicación online.	x
2d	Se han integrado técnicas básicas de posicionamiento SEO en la redacción (uso de palabras clave, encabezados, metadescripciones, enlaces internos y etiquetas), favoreciendo la visibilidad del contenido en buscadores.	x
2e	Se ha aplicado correctamente la normativa ortográfica, gramatical y de estilo, revisando la coherencia textual, el uso inclusivo del lenguaje y la adecuación profesional del registro.	x
3c	Se han seleccionado los canales y plataformas digitales adecuados (p. ej. Instagram para interacción inmediata, YouTube para difusión de trailers o making-of, newsletter para comunicación directa, plataformas VOD, etc.), en función de los contenidos y del target definido.	x

4a	Se ha deducido la intencionalidad comunicativa, el género y los aspectos expresivos y estéticos de piezas promocionales.	X
4b	Se ha diseñado el estilo visual de las piezas audiovisuales, definiendo los tipos de plano, los encuadres, los movimientos de cámara, el ritmo interno, las relaciones de profundidad, la definición de la imagen y las opciones de exposición y color en relación con la iluminación.	X
4d	Se ha definido la tipología de planos que se van a emplear en función de la finalidad comunicativa del proyecto.	X
4e	Se han previsto las técnicas de continuidad audiovisual que se aplicarán en las transiciones entre planos y secuencias.	X
5a	Se han aplicado los ajustes requeridos en la toma de la imagen para la cumplimentación de las distintas normas compositivas visuales.	X
5b	Se han ajustado los parámetros de temperatura de color, diafragma y obturación en cámaras de video y fotográficas en relación con la iluminación de la escena que se va a captar.	X
5c	Se ha seleccionado la profundidad de campo adecuada para potenciar la nitidez estética y expresiva de cada imagen.	X
5d	Se ha determinado la duración de cada plano acorde a los parámetros estéticos y expresivos del lenguaje audiovisual.	X
5e	Se han dispuesto los flashes fotográficos o la «iluminación ligera» necesaria para adecuar las condiciones lumínicas de la escena a los dispositivos de captura fotográfica o de vídeo.	X
6a	Se han realizado ediciones simples, involucrando varias señales: imágenes/vídeo/audio, aplicando transiciones, efectos visuales y de velocidad variable coherentes con la intencionalidad narrativa del proyecto.	X
6b	Se ha realizado la homogeneización de formatos de archivo, resolución y relación de aspecto de los medios.	X
6c	Se ha construido la posproducción sonora de contenidos multimedia, incorporando múltiples bandas de audio (diálogos, efectos sonoros, músicas y locuciones), realizando el ajuste de niveles y/o aplicando filtros y efectos.	X
6d	Se han valorado los resultados de la edición, considerando el ritmo, la claridad expositiva, la continuidad visual y la fluidez narrativa, entre otros parámetros, y se han realizado propuestas razonadas de modificación.	x
CONTENIDOS		
- Introducción al SEO. - Secuencias, planos y angulaciones - <i>Raccord</i>. - Selección y adecuación de canales y plataformas - Captación y edición de vídeo.		
ACTIVIDADES		
2.1	Guion y/o storyboard para spot	RA 2 y RA 4
4h.	El alumnado elaborará un spot para promocionar los servicios o productos de su nueva cuenta	CE: 2b, 2c, 4a, 4b, 4d,

	de IG. Habrá una versión para Youtube y otra más breve para Instagram.	4e.
2.2	Spot multiplataforma	RA 5 y RA6
8h.	Una única grabación para una doble edición con dos formatos y duraciones diferentes.	CE: 5a, 5b, 5c, 5d, 5e, 6a, 6b, 6c, 6d
2.3	Creación de texto para Instagram asociado al spot	RA2 Y RA3
6h.	Explicación previa de técnicas SEO actualizadas y elaboración del texto por parte del alumnado, así como puesta en común de las piezas audiovisuales creadas.	CE: 2a, 2b, 2c, 2d, 2e, 3c

Nº	UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS
3	<i>Marketing por campañas</i>	20
Nº	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPL
2	Redacta contenidos digitales orientados a proyectos de producción audiovisual y espectáculos, adecuando el mensaje al canal, al formato y al público objetivo.	N
3	Modela en 3D personajes, escenarios, atrezzo y ropa, analizando las características del empleo de diferentes tipos de software.	N
4	Define el estilo visual y la tipología de planos de cámara en proyectos audiovisuales, relacionando las convenciones del lenguaje audiovisual con la consecución de los objetivos comunicativos del proyecto.	N
5	Capta imágenes fotográficas y de vídeo para piezas publicitarias potenciando su expresividad mediante recursos del lenguaje audiovisual.	N
6	Realiza el proceso de edición y posproducción de productos multimedia (imagen, vídeo, audio) aplicando teorías, códigos y técnicas de edición y evaluando la correspondencia entre el resultado obtenido y los objetivos del proyecto.	N
RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MIN.
2a	Se han identificado los principales formatos y estilos de escritura digital empleados en entornos multimedia (copy para redes sociales, sinopsis, guiones breves, descripciones, entradas de blog, textos para vídeos, etc.).	x
2b	Se han elaborado textos adaptados al perfil del público objetivo, ajustando el tono, el lenguaje y el propósito comunicativo según el medio y la plataforma utilizada.	X
2c	Se ha estructurado el contenido digital aplicando principios de claridad expositiva, concisión, jerarquía informativa y técnicas persuasivas propias de la comunicación online.	X
2e	Se ha aplicado correctamente la normativa ortográfica, gramatical y de estilo, revisando la coherencia textual, el uso inclusivo del lenguaje y la adecuación profesional del registro.	X
3a	Se han definido los objetivos de la estrategia digital (visibilidad, posicionamiento, conversión, engagement, asistencia, audiencia...) según el tipo de producción (obra escénica, evento en directo, pieza audiovisual, podcast, etc.), teniendo en cuenta las metas del plan general de comunicación.	X
3c	Se han seleccionado los canales y plataformas digitales adecuados (p. ej. Instagram para interacción inmediata, YouTube para difusión de trailers o making-of, newsletter para comunicación directa, plataformas VOD, etc.), en función de los contenidos y del target definido.	X
3d	Se ha elaborado un calendario de publicaciones y acciones digitales estructurado en fases (teasing, anuncio, seguimiento en directo, recap o memoria digital), integrando los hitos clave del proyecto de producción.	X
3e	Se han planificado los recursos humanos y técnicos necesarios (personal de contenidos,	x

	herramientas de programación, diseño gráfico, presupuesto de promoción pagada, etc.), ajustándolos a la escala del proyecto.	
3f	Se han definido indicadores clave de rendimiento (KPI) para valorar la eficacia de la estrategia digital (alcance, interacciones, clics, visionados, reproducciones, tiempo de visualización, tasas de conversión o retorno de la inversión), proponiendo sistemas de monitorización adecuados.	x
4a	Se ha deducido la intencionalidad comunicativa, el género y los aspectos expresivos y estéticos de piezas promocionales.	X
4c	Se ha evaluado la aportación del trabajo de cámara en los proyectos audiovisuales promocionales, considerando aspectos tales como la narrativa visual, la focalización y el impacto emocional.	X
5a	Se han aplicado los ajustes requeridos en la toma de la imagen para la cumplimentación de las distintas normas compositivas visuales.	X
6a	Se han realizado ediciones simples, involucrando varias señales: imágenes/vídeo/audio, aplicando transiciones, efectos visuales y de velocidad variable coherentes con la intencionalidad narrativa del proyecto.	X
6d	Se han valorado los resultados de la edición, considerando el ritmo, la claridad expositiva, la continuidad visual y la fluidez narrativa, entre otros parámetros, y se han realizado propuestas razonadas de modificación.	X
CONTENIDOS		
- Diseño de un plan de acción digital estructurado en fases (teasing, lanzamiento, cobertura en directo, recap). - Planificación de recursos humanos, técnicos y presupuestarios. - Identificación de indicadores clave de rendimiento (KPI) y herramientas de seguimiento y análisis.		
ACTIVIDADES		
3.2	Explicaciones de la profesora	RA 1
4h.	Técnicas con IA para el desarrollo de calendarios de campaña por fases y marketing de campañas.	CE: 3d
3.2	Calendario de campaña	RA 2
16h.	Planificación por fases de una campaña de navidad y ejecución de las piezas audiovisuales previstas.	CE:2a, 2b, 2c, 2e, 3a, 3c, 3d, 4a, 4c, 5a, 6a, 6d

Nº	UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS
4	<i>Parámetros fotográficos</i>	8
Nº	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPL
5	Capta imágenes fotográficas y de vídeo para piezas publipromocionales potenciando su expresividad mediante recursos del lenguaje audiovisual.	
RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MIN.
5a	Se han aplicado los ajustes requeridos en la toma de la imagen para la cumplimentación de las distintas normas compositivas visuales.	X
5b	Se han ajustado los parámetros de temperatura de color, diafragma y obturación en cámaras de vídeo y fotográficas en relación con la iluminación de la escena que se va a captar.	X
5c	Se ha seleccionado la profundidad de campo adecuada para potenciar la nitidez estética y expresiva	X

	de cada imagen.	
5e	Se han dispuesto los flashes fotográficos o la «iluminación ligera» necesaria para adecuar las condiciones lumínicas de la escena a los dispositivos de captura fotográfica o de vídeo.	X
CONTENIDOS		
- Ajustes operativos de los objetivos: enfoque, distancia focal variable y diafragma; opciones de ajuste manual y automático. - Comprobación de la operatividad del equipamiento de cámara: - Tipos de baterías y alimentadores de cámara. - Verificación de la operatividad de trípodes y soportes de cámara.		
ACTIVIDADES		
4.1	Fotografía	RA 5
8h.	Prácticas con cámara fotográfica.	CE: 5a, 5b, 5c, 5e

Nº	UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS
5	Edición de audio	10
Nº	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPL
6	Realiza el proceso de edición y posproducción de productos multimedia (imagen, vídeo, audio) aplicando teorías, códigos y técnicas de edición y evaluando la correspondencia entre el resultado obtenido y los objetivos del proyecto.	N
RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MIN.
5a	Se han aplicado los ajustes requeridos en la toma de la imagen para la cumplimentación de las distintas normas compositivas visuales.	X
5b	Se han ajustado los parámetros de temperatura de color, diafragma y obturación en cámaras de video y fotográficas en relación con la iluminación de la escena que se va a captar.	X
5c	Se ha seleccionado la profundidad de campo adecuada para potenciar la nitidez estética y expresiva de cada imagen.	X
5e	Se han dispuesto los flashes fotográficos o la «iluminación ligera» necesaria para adecuar las condiciones lumínicas de la escena a los dispositivos de captura fotográfica o de vídeo.	X
CONTENIDOS		
- Programas de edición de audio para contenidos multimedia - Niveles de las entradas de audio		
ACTIVIDADES		
5.1	Diseño sonoro de piezas audiovisuales	RA 6
10h.	Prácticas con programa de edición de audio	CE: 6c

Nº	UNIDAD DIDÁCTICA	HORAS
6	Proyecto final	8
Nº	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPL
2	Redacta contenidos digitales orientados a proyectos de producción audiovisual y espectáculos,	

	adecuando el mensaje al canal, al formato y al público objetivo.	
4	Define el estilo visual y la tipología de planos de cámara en proyectos audiovisuales, relacionando las convenciones del lenguaje audiovisual con la consecución de los objetivos comunicativos del proyecto.	
5	Capta imágenes fotográficas y de vídeo para piezas publicitarias potenciando su expresividad mediante recursos del lenguaje audiovisual.	
6	Realiza el proceso de edición y posproducción de productos multimedia (imagen, vídeo, audio) aplicando teorías, códigos y técnicas de edición y evaluando la correspondencia entre el resultado obtenido y los objetivos del proyecto.	
RA	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	MIN.
2c	Se ha estructurado el contenido digital aplicando principios de claridad expositiva, concisión, jerarquía informativa y técnicas persuasivas propias de la comunicación online.	X
2d	Se han integrado técnicas básicas de posicionamiento SEO en la redacción (uso de palabras clave, encabezados, metadescripciones, enlaces internos y etiquetas), favoreciendo la visibilidad del contenido en buscadores.	X
4b	Se ha diseñado el estilo visual de las piezas audiovisuales, definiendo los tipos de plano, los encuadres, los movimientos de cámara, el ritmo interno, las relaciones de profundidad, la definición de la imagen y las opciones de exposición y color en relación con la iluminación.	X
4c	Se ha evaluado la aportación del trabajo de cámara en los proyectos audiovisuales promocionales, considerando aspectos tales como la narrativa visual, la focalización y el impacto emocional.	X
5d	Se ha determinado la duración de cada plano acorde a los parámetros estéticos y expresivos del lenguaje audiovisual.	X
5e	Se han dispuesto los flashes fotográficos o la «iluminación ligera» necesaria para adecuar las condiciones lumínicas de la escena a los dispositivos de captura fotográfica o de vídeo.	X
6a	Se han realizado ediciones simples, involucrando varias señales: imágenes/vídeo/audio, aplicando transiciones, efectos visuales y de velocidad variable coherentes con la intencionalidad narrativa del proyecto.	X
6c	Se ha construido la posproducción sonora de contenidos multimedia, incorporando múltiples bandas de audio (diálogos, efectos sonoros, músicas y locuciones), realizando el ajuste de niveles y/o aplicando filtros y efectos.	X
CONTENIDOS		
- Programas de edición de audio para contenidos multimedia - Niveles de las entradas de audio		
ACTIVIDADES		
6.1	Creación de un producto audiovisual final	RA 2, 4, 5 y 6
8h.	Una puesta en práctica unitaria de los aprendizajes adquiridos durante el módulo y a lo largo de las diferentes unidades.	CE: 2c, 2d, 4b, 4c, 5d, 5e, 6a, 6c

5. Metodología de trabajo

a. Metodología

La metodología del módulo se basa en un **aprendizaje práctico, significativo y progresivo**, donde el alumnado desarrolla sus competencias profesionales a través de la **realización de pruebas prácticas y proyectos aplicados** que simulan situaciones reales del sector audiovisual y de espectáculos.

Se parte de los **conocimientos y destrezas ya adquiridos** por el alumnado en el uso personal de redes sociales y en el desarrollo formativo del ciclo, utilizándolos como base para integrar **nuevos aprendizajes**, favoreciendo la transferencia de competencias y la visión global del proceso de producción.

b. Recursos y materiales tecnológicos

El alumnado deberá disponer, de forma preferente, de los siguientes materiales para el correcto desarrollo del módulo:

- Dispositivo móvil con cámara (smartphone), con capacidad para la captación de imágenes fotográficas y de vídeo en calidad suficiente para su edición posterior.
- Cuenta de correo de Educatur y uso de la plataforma Teams destinada al uso educativo y profesional.
- Dispositivo de almacenamiento portátil (memoria USB o disco externo), para la gestión y respaldo de archivos audiovisuales.
- Cuaderno o PC para la toma de notas, planificación de proyectos y reflexión sobre los procesos de trabajo.
- Material de atrezzo básico, cuando sea necesario, relacionado con los proyectos personales del alumnado (opcional y siempre no obligatorio).

El resto del material necesario será proporcionado por el centro.

En cuanto a aplicaciones y software:

- Se creará una cuenta de gmail destinada a uso profesional que estará asociada a una cuenta de Instagram.
- Se utilizará software de edición de vídeo y audio libre, o aquel gratuito que no requiera registro para su uso básico.
- También será necesario el uso del paquete de LibreOffice o de Office para el uso de Word, Excel o Powerpoint.

El alumnado podrá instalar este software en sus propios equipos, pero también estará disponible en los ordenadores del centro.

c. Prevención de riesgos laborales

No se menciona explícitamente la Prevención de riesgos laborales dentro de los criterios de evaluación, sin embargo, debe incidirse en la prevención por fatiga postural y visual

d. Actividades complementarias y extraescolares

El módulo se mantiene abierto a la colaboración entre los diferentes módulos del centro. Además, desde el módulo se colaborará de forma activa con la unidad de coordinación de Erasmus Plus, ayudando a la promoción de este servicio.

6. Actividades y criterios de evaluación y calificación

R. A.	ACTIVIDAD	C.E.	PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS
1 15%	FORMACIÓN EN EMPRESA	1a, 1b, 1c, 1d, 1e, 1f	Informe de Evaluación de la Formación en la Empresa
2 16%	1.1 Estudio de mercado y creación de buyer-persona		Memoria – Checklist
	1.2 Creación de identidad visual	2b, 2c, 2e	Post + memoria + exposición oral _ Checklist
	2.1 Guion y/o storyboard para spot	2b, 2c	Documento _ Checklist
	2.3 Creación de texto para Instagram asociado al sport	2d, 2e, 2h	Post _ Checklist
	3.2 Calendario de campaña y seguimiento.	2a, 2b, 2c, 2e	Posts + excel + memoria _ Checklist
	6.1 Creación de un producto audiovisual final	2c, 2d	Vídeo _ Checklist
3 16%	1.1 Estudio de mercado y creación de buyer-persona	3a, 3b, 3c	Memoria – Checklist
	1.2 Creación de identidad visual	3a	Post + memoria + exposición oral _ Checklist
	2.3 Creación de texto para Instagram asociado al sport	3c	Post _ Checklist
	3.2 Calendario de campaña y seguimiento	3a, 3c, 3d	Posts + excel + memoria _ Checklist
4 16%	1.1 Estudio de mercado y creación de buyer-persona	4a	Memoria – Checklist
	1.2 Creación de identidad visual	4c, 4f	Post + memoria + exposición oral _ Checklist
	2.1 Guion y/o storyboard para spot	4a, 4b, 4d, 4e	Documento _ Checklist
	3.2 Calendario de campaña y seguimiento	4a, 4c	Posts + excel + memoria _ Checklist
5 16%	1.2 Creación de identidad visual	5a	Post + memoria + exposición oral _ Checklist
	2.2 Spot multiplataforma	5a, 5b, 5c, 5d, 5e	Vídeos + post _ Checklist
	3.2 Calendario de campaña y seguimiento	5a	Posts + excel + memoria _ Checklist
	4.1 Fotografía	5a, 5b, 5c, 5e	Post + tabla _ Checklist

6 16%	1.2 Creación de identidad visual	6a	Post + memoria + exposición oral _ Checklist
	2.2 Spot multiplataforma	6a, 6b, 6c, 6d	Vídeos + post _ Checklist
	3.2 Calendario de campaña y seguimiento	6a, 6d	Posts + excel + memoria _ Checklist
	5.1 Diseño sonoro de piezas audiovisuales	6c	Vídeo final + proyecto de audio _ Checklist

5%	Competencias personales para la empleabilidad
	Competencias sociales para la empleabilidad

7. Competencias personales y sociales para la empleabilidad

Dentro de cada Resultado de Aprendizaje se valorarán las competencias para la empleabilidad y supondrán un 10% de la calificación final del curso. En el caso de los RA desarrollados en la empresa, se obtendrá esta valoración del informe de Evaluación de la Formación en la Empresa realizado por el tutor de empresa y supondrá un 38% de la nota de empleabilidad. En el caso de la formación en el centro, se tomarán como referencia los criterios de las competencias personales y de las competencias sociales que se establecen en el siguiente cuadro.

Deben recoger la educación en valores y en igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres

COMPETENCIAS	CRITERIO	NIVEL DE EXCELENCIA
Competencias personales	Responsabilidad	Trae el material, toma y organiza sus apuntes. Lleva las tareas al día y prepara los exámenes.
	Autonomía e iniciativa	Se informa y recupera cuando falta a clase. Revisa las correcciones de ejercicios y exámenes. Investiga para ampliar y reflexiona sobre lo que aprende.
	Respeto y tolerancia	Cuida los materiales. Cumple con los criterios y normas establecidos. Cumple con los compromisos. Escucha las ideas de los compañeros con respeto. Igualdad efectiva de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres.
	Planificación y organización	Tiene apuntes organizados. Respeta los plazos de entrega y guarda los materiales de forma organizada.
	Disposición a aprender	Sigue las clases de forma activa y se interesa por ampliar conocimientos. Hace preguntas coherentes sobre la materia.
	Autoconocimiento	Es consciente de los aciertos y de los errores. Existe coherencia en sus autoevaluaciones con el criterio del profesor.
Competencias sociales	Trabajo en equipo	Se implica en el trabajo en equipo. Colabora con todos y ayuda en el trabajo de los demás. Fomenta la coordinación en las actividades y con la comunidad educativa.
	Comunicación eficaz	Realiza excelentes exposiciones orales. Cuida el lenguaje y sus expresiones. Organiza procedimientos de comunicación entre la clase.
	Realización del	Es consciente de su labor dentro del grupo y cumple con su tarea. Coordina sus acciones y cumple los compromisos con el

	trabajo asignado	grupo.
	Liderazgo	Lidera al grupo en las actividades de clase. El grupo escucha sus opiniones y las valora positivamente.
	Conducta social	Media en los conflictos. Fomenta la colaboración entre el alumnado. Intenta que el grupo se promocioe.

8. RA en la empresa

R. A.	RA	C.E.	EMPRESA	CENTRO
1	Conoce la estructura y organización de la empresa e integra sus funciones entendiendo las características del puesto de trabajo y los procedimientos que se deben llevar a cabo.	a) Entiende la forma de organización y estructura de la empresa y su papel en el sector y la relación con clientes y proveedores.	X	
		b) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de cada actividad.	X	
		c) Entiende los procedimientos de comunicación interna y gestión, así como los procedimientos de trabajo para el desarrollo de cada tarea.	X	
		d) Se ha integrado en su puesto, se ha responsabilizado de las funciones asignadas y se ha coordinado con el resto del equipo.	X	
		e) Ha seguido una actitud adecuada en su relación con trabajadores y clientes y en las actitudes personales (puntualidad, limpieza, orden...)	x	
		f) Ha respetado las normas de prevención de riesgos, así como las normas de sostenibilidad, organización u otras establecidas por la empresa.	x	

9. Procedimientos de recuperación

a. Alumnado que no se incorpora a la formación en empresas

El alumnado que no se incorpore a la empresa recibirá la docencia prevista para el periodo extraordinario de formación en empresas. Además, se reforzará la formación relativa a prevención de riesgos laborales del módulo.

El alumnado que tampoco realice la formación en empresa en el periodo extraordinario será evaluado en el módulo, pero recibirá una calificación que será provisional, a la espera de realizar la formación en empresa.

La calificación obtenida de la formación en empresas formará parte del proceso de enseñanza-aprendizaje y se integrará en la ponderación de calificaciones del módulo.

El alumnado que suspenda el módulo en el periodo ordinario deberá recuperar todos los resultados de aprendizaje no superados en los diferentes procesos de recuperación llevados a cabo en el centro. También en el caso del alumnado que no haya superado los resultados de aprendizaje correspondientes a la Formación en empresa u organismo equiparado.

b. Evaluación final. Recuperación de RA y Sistema especial de evaluación

El alumnado que no alcance los objetivos en la evaluación continua dispondrá de la opción de examinarse en una evaluación final durante el mes de mayo al término de la evaluación continua. Jefatura de estudios marcará las fechas de exámenes y se comunicará al alumnado si tiene que entregar trabajos y los contenidos sobre los que versarán las pruebas.

Cuando el alumno/a acumule más del 15% de faltas de asistencia del trimestre y el profesor/a no cuente con el suficiente número de evidencias para obtener una calificación, deberá acudir a un sistema especial de evaluación. Este alumno podrá seguir asistiendo a clase y participando del proceso enseñanza-aprendizaje con todos sus derechos. Cuando las ausencias se concentren en un periodo bien definido, se podrán realizar ejercicios o pruebas tras la incorporación del alumno/a. El alumnado que acuda a este sistema alternativo deberá ser informado por el profesorado de que se les aplicará dicho procedimiento. Jefatura de Estudios informará a través del tablón de anuncios sobre el alumnado que debe acudir a este procedimiento alternativo.

Las pruebas realizadas tratarán sobre los resultados de aprendizaje no superados por cada alumno/a y se evaluarán mediante los criterios de evaluación mínimos.

c. Evaluación extraordinaria

Tras la entrega de las calificaciones de la evaluación final, el alumnado que no supere la evaluación dispondrá de una evaluación extraordinaria. El alumnado será informado de los resultados de aprendizaje no superados. Durante dos semanas podrá asistir a clases de refuerzo donde se repasarán contenidos y se realizarán ejercicios.

Jefatura de Estudios establecerá unas fechas de exámenes. Las pruebas realizadas tratarán sobre los resultados de aprendizaje no superados por cada alumno/a y se evaluarán mediante los criterios de evaluación mínimos.

10. Atención a la diversidad

El alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo debe recibir medidas metodológicas adaptadas a sus circunstancias. En FP no se contemplan adaptaciones curriculares significativas. Las medidas adoptadas deben partir del Departamento de Orientación y coordinarse con el mismo.

Al inicio de curso el Departamento de Orientación realizará un listado del alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE) y solicitará información al respecto a los centros educativos en los que se haya desarrollado su formación previa.

En función de estos informes y de la valoración del departamento de orientación se establecerá el alumnado que requiere algún tipo de medida. Estas medidas se recogerán en un Plan de Trabajo Individualizado (PTI) que se entregará al profesorado del alumno o alumna.

Las juntas de profesores que detecten posibles indicios o la posibilidad de que algún alumno o alumna requiera algún tipo de medida y no haya sido valorado hasta ese momento, podrá solicitar al departamento de orientación que estudien las circunstancias del alumno/a para que establezca las orientaciones más adecuadas al profesorado.

Cualquier alumno o alumna también podrá acudir por iniciativa propia al departamento de orientación en busca de apoyo o del estudio de medidas metodológicas para la mejora de su desarrollo formativo.

Además de medidas para alumnado con dificultades específicas de aprendizaje, también se pueden adoptar para alumnado de altas capacidades intelectuales, con necesidades educativas especiales por dificultades de acceso por discapacidad o alumnado con integración tardía en el sistema educativo español.

11. Seguimiento de la programación

Semanalmente se completará en un documento digital compartido el desarrollo de la programación docente. En este documento se recogerán todo tipo de incidencias, modificaciones y propuestas de mejora. Cualquier cambio en la programación también debe ser informado al alumnado. Trimestralmente se renovará este documento.