

PROYECTO EDUCATIVO:

CONVIÉRTETE EN
PUBLICISTA



Rosario Ardanza Uriarte, Luis María Cardeñoso Ramírez, Amaia Abarrategui Aranceta

1. Título: "Conviértete en publicista"

Optamos por el nombre "**Conviértete en publicista**" porque al alumnado del Ciclo Formativo de Grado Superior de Marketing y Publicidad comenzará a dar sus **primeros pasos en el mundo del marketing y la comunicación**.

2. Descripción del proyecto y objetivos

a. Descripción del proyecto

Este proyecto consiste en convertir al alumnado del Ciclo Formativo de Grado Superior de Marketing y Publicidad en una agencia de publicidad para que, así, ponga en práctica todos los conocimientos que va adquiriendo a lo largo del curso en los diferentes módulos que lo conforman.

Para que la experiencia suponga un auténtico aprendizaje, el alumnado tiene un cliente real que es nuestro propio centro educativo. Los docentes encargados de este proyecto educativo, que tienen el rol de anunciantes facilitan los briefing-s (información básica que transmite el anunciante a la agencia para que ésta pueda empezar a trabajar) al alumnado (que sería la agencia de publicidad). En dichos briefing-s se les transmiten las necesidades comunicativas del colegio las cuales abarcan las áreas de Marketing, Publicidad, Merchandising, Eventos y Relaciones Públicas. De igual manera, los docentes responsables del proyecto planifican el sistema de evaluación del proyecto al comienzo del curso académico.

A lo largo de este proyecto, no sólo aprenden a gestionar la Publicidad y el Marketing de una empresa real, sino que es una excelente oportunidad para desarrollar sus competencias técnicas y transversales, lo que les vendrá muy bien para su futuro profesional.

b. Objetivos del proyecto

Los objetivos de este Proyecto están totalmente relacionados y cohesionados con las Competencias Técnicas recogidas en el Currículo del Ciclo de Marketing y Publicidad y las Competencias Transversales por las que apuesta el centro. Además, suponen, en todos los aspectos, un acercamiento al mundo laboral.

OBJETIVOS GENERALES DEL PROYECTO

Los objetivos generales de este proyecto consisten en conseguir que el alumnado de 1º y 2º curso del Ciclo Formativo de Grado Superior de Marketing y Publicidad adquiera gradualmente las siguientes competencias y habilidades:

- Saber trabajar en equipo: coordinar tareas, asumir responsabilidades, trabajar con empatía, saber prevenir y solucionar conflictos, gestionar bien el tiempo, saber enfrentarse a la incertidumbre, capacidad de negociación, humildad, buen humor, espíritu de colaboración y superación.
- Habilidad para manejar fuentes de información diversas, contraste de hechos y realidades mediante un espíritu analítico y crítico.
- Saber presentar propuestas comunicativas basadas en el rigor, la coherencia y la exhaustividad, con originalidad y frescura.
- Mantener un debate profesional excelente.
- Elaborar documentos ejecutivos de síntesis y un informe final de resultados.
- Saber argumentar públicamente las propuestas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL PROYECTO

Los Módulos implicados en el Proyecto son los siguientes:

- Diseño y elaboración de materiales de comunicación
- Marketing digital
- Medios y soportes de comunicación
- Relaciones públicas y organización de eventos de Marketing

Los objetivos específicos vienen de la mano de cada Módulo y son los siguientes:

1. 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.
2. 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.
3. Relacionar y coordinar a los distintos proveedores, actores y agentes intervenientes, 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.
4. Organizar el Departamento de Atención al Cliente y establecer las líneas de actuación para lograr la satisfacción y fidelización de la clientela, aplicando técnicas de comunicación adecuadas para gestionar los servicios de atención e información al cliente.
5. 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.
6. Aplicar técnicas de comunicación publicitaria persuasivas y de atracción del cliente o clienta, 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.
7. 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.
8. 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.
9. 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.

10. Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.
11. 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.
12. Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al "diseño para todos".
13. 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.
14. 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 ciudadana democrática o ciudadano democrático.

3. Justificación del proyecto y coherencia con la Misión, Visión y Valores del Centro

La justificación de la realización del proyecto "Conviértete en publicista" es que se trabajan con el alumnado tanto las Competencias Técnicas recogidas en el DCB del Ciclo Formativo de Marketing y Publicidad de forma práctica como las Competencias Transversales establecidas por el Centro para el alumnado de Ciclos Formativos que son: comunicación interpersonal, capacidad de resolución de conflictos, aprendizaje autónomo, gestión de la información, trabajo cooperativo, toma de decisiones y lanbizi (trabajar en convivencia).

Además, el alumnado percibe como algo muy positivo el poder materializar actividades y tareas realizadas en el aula y vive y disfruta de los éxitos reales de todo lo trabajado y puesto en marcha.

Por otro lado, al plantearse la posibilidad de poner en marcha este Proyecto, se ha tenido en cuenta en todo momento la Misión del centro educativo en la que se apuesta por un aprovechamiento de las capacidades de cada uno/a de nuestros/as alumnos/as, desarrollando competencias personales, emocionales, comunicativas, sociales y profesionales en vistas a su integración social e inserción laboral satisfactoria.

Además, como se recoge en la Visión, veíamos una total coherencia del Proyecto y su filosofía con el hecho de trabajar para ser un centro educativo innovador y abierto a la sociedad, dinámico y con proyección de futuro y reconocido por:

- Aportar ciudadanos responsables, solidarios y comprometidos en su entorno, y profesionales competentes y autónomos.
- Su alto nivel de compromiso efectivo con la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus Grupos de Interés en el contexto de una Responsabilidad Social reconocida y aceptada.
- Su capacidad de innovación, tanto en metodologías y técnicas, que posibiliten que nuestro alumnado adquiera las competencias y valores necesarios para una inserción social y laboral satisfactoria, como en cualquier otra área de desarrollo de su actividad.
- Crear y alcanzar una cultura de colaboración y participación tanto a nivel interno de centro, como con Instituciones y otras organizaciones a nivel externo.
- Aplicar un modelo de gestión que garantiza la mejora continua en la organización para asumir y lograr alcanzar con éxito los retos que nos presente una realidad social cambiante.

4. Destinatarios del proyecto

Como destinatarios del proyecto podemos destacar:

- El alumnado del Ciclo de Marketing y Publicidad que, gracias a las actividades que realizan en este proyecto, adquieren las habilidades comunicativas y competencias técnicas propias de su Ciclo.
- El propio Centro en cualquiera de sus etapas que, gracias a la colaboración del alumnado del mencionado Ciclo, consigue materializar sus necesidades comunicativas.

Y el público objetivo del proyecto “Conviértete en publicista” son los clientes del centro educativo que reciben a través de los diferentes medios de comunicación el material publicitario realizado por los alumnos (por ejemplo, la revista trimestral del Colegio, la Calasanz Monthnews Mensual vía mail, folletos, noticias, eventos y vídeos publicados en las redes sociales) o participan en los eventos organizados por el alumnado:

- Alumnado actual de Formación Inicial (Infantil, Primaria, Secundaria, Formación Profesional) y alumnado de Formación para el empleo (empleados y/o desempleados)
- Antiguo alumnado de todas las etapas
- Futuro alumnado
- Familias
- Instituciones (Ayuntamientos, Diputación, Gobierno Vasco, Tknika,...)
- Empresas en las que trabaja y/o realiza prácticas nuestro alumnado
- Público objetivo al que se dirigen las campañas publicitarias

5. Recursos utilizados

a. Recursos materiales y técnicos

El alumnado durante todo el curso escolar para la realización del proyecto disponen de:

- Un ordenador por persona para la ejecución de tareas
- Programas de diseño y edición de vídeos (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Indesign, Adobe Premiere, Adobe Audition etc.)
- Cámaras fotográficas con trípodes
- Cámaras de video
- Micrófonos
- Aula de clase con ordenador, proyector y pantalla
- Espacios para reuniones
- Material fungible necesario para el diseño y elaboración de folletos, flyers, carteles....
- Material fungible para la organización de eventos

Por otro lado, los espacios disponen de la superficie necesaria y suficiente para desarrollar las actividades de enseñanza que se deriven de los resultados de aprendizaje de cada uno de los módulos profesionales que se imparten en cada uno de los espacios.

Los equipamientos que se incluyen en cada espacio han de ser los necesarios y suficientes para garantizar al alumnado la adquisición de los resultados de aprendizaje y la calidad de la enseñanza.

b. Recursos humanos

Para el correcto desarrollo del proyecto educativo es imprescindible que el profesorado del Ciclo de Marketing y Publicidad esté implicado en el proyecto y que tengan conocimientos de marketing digital, diseño gráfico, edición de vídeos y estrategias de marketing y comunicación para enseñar al alumnado y poder guiarles adecuadamente.

Además, el profesorado implicado en el Proyecto, al margen de su tarea docente, asume el rol de anunciantes y de dinamizador e impulsor de la iniciativa, energía, fuerza y constancia necesaria para que el alumnado asuma sus tareas y responsabilidades.

Para llevar a cabo este proyecto tiene que haber una total implicación del Centro con la iniciativa y coordinación entre el profesorado y el alumnado para que todo funcione correctamente.

Por otro lado, a pesar de que todas las actividades que realiza el alumnado están claramente especificadas en el currículo y forman parte de las actividades planificadas y programadas en las programaciones de los diferentes Módulos, es muy importante su buena disposición y sus ganas de trabajar.

6. Fecha de inicio

El proyecto educativo "Conviértete en publicista" está enmarcado en un ambicioso proyecto de innovación educativa que nació durante el curso 2012-13. Durante el curso escolar 2013-14 se realizaron pruebas piloto y puesta en marcha de diversas actividades y finalmente en el curso 2014-15 podemos decir que "Conviértete en publicista" se ha convertido en uno de nuestros proyectos estrella.

7. Metodología y desarrollo de la actividad

Cada curso académico, el alumnado de 1º y 2º curso se convierte en una agencia de publicidad para así poner en práctica todos los conocimientos que va adquiriendo a lo largo del ciclo. **¿Cómo lograr este reto?**

1.- Divide y vencerás. Teniendo en cuenta el currículo del Ciclo Formativo de Marketing y Publicidad y los módulos correspondientes a cada curso, se crean cuatro departamentos:

- Dpto. de cartelería. (1º curso dentro de los Módulos: Diseño y elaboración de materiales de comunicación, Medios y soportes de comunicación)
- Dpto. de audiovisuales (1º curso dentro de los Módulos: Marketing Digital, Medios y soportes de comunicación)
- Dpto. de marketing digital (1º curso dentro de los Módulos Marketing Digital, Medios y soportes de comunicación)
- Dpto. de eventos. (2º curso dentro del Módulo: Organización de eventos y RRPP)

La creación de los equipos de trabajo corre a cargo del profesorado. Para la formación de los mismos se tienen en cuenta las preferencias, destrezas, conocimientos y habilidades del alumnado.



DEPARTAMENTO AUDIOVISUAL

Siempre están detrás del objetivo para captar ese instante único e irrepetible y hacerlo perdurar en el tiempo.



DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL

Son los "frikis" del mundo digital y de las redes sociales nada se les escapa y nos mantienen informados del día a día del centro educativo.



DEPARTAMENTO DE CARTELERÍA

Inquietos y creativos para captar la atención del público con sus diseños (carteles, flyers...) y la publicación de la revista trimestral.



DEPARTAMENTO DE EVENTOS

Porque cada evento es único cuidan de cada mínimo detalle desde el inicio hasta el final satisfaciendo las necesidades del cliente.

2.- Ante todo, organización y coordinación. Se trabaja a través de Google Drive de forma colaborativa y aprovechando todas sus ventajas como CRM (Customer Relationship Management). Cada departamento tiene su carpeta correspondiente con el siguiente contenido:



- Un **cronograma** donde planificar las tareas encomendadas por el anunciante (el llamado "timing") como en las agencias de publicidad. Dichos cronogramas recogen las actividades realizadas, el tiempo de ejecución y su cumplimiento. El estado natural de una tarea pendiente se debe mostrar en color rojo y en el momento en el que esté finalizada y entregada deberá pasar a verde.
- Un **acta de seguimiento** de trabajo realizado por cada componente del equipo.
- Una carpeta de **archivo de material** de cada departamento para guardar de forma ordenada los vídeos editados, diseños realizados, estrategias de marketing online etc.
- Una **memoria** que se va cumplimentando por cada evaluación.

Por otro lado, al comienzo de cada evaluación el equipo integrante de cada departamento decide su estructura y genera el organigrama correspondiente asignando las tareas a cada componente del mismo.

Una vez configurados los equipos, se nombra un **Jefe / Coordinador de cada uno de los departamentos**. La labor de dichos Coordinadores consiste en organizar y coordinar semanalmente las tareas encomendadas y servir de vía de comunicación entre los diferentes departamentos y el anunciante, que serán los docentes implicados en el proyecto.

Además, los **responsables de cada Departamento** en cada una de las evaluaciones tendrán que cumplir obligatoriamente con las siguientes tareas:

- En consenso con el equipo, creación de organigrama del Departamento y asignación de tareas.
- Recepción de los briefing-s por parte del anunciante (docentes implicados).
- Control semanal de cronogramas.
- Seguimiento de la memoria mensual.
- Comprobación diaria de correos recibidos.
- Comprobación semanal de que las tareas y actividades están incluidas en las carpetas correspondientes.
- Asistir a reuniones quincenales con el anunciante (los docentes implicados).

En posteriores ocasiones y coincidiendo con los cambios de evaluación, se producirán rotaciones en los equipos de 1º curso. Con estas rotaciones podemos garantizar que todo el alumnado del ciclo

realiza todas las tareas. Mientras que el alumnado de 2º curso (departamento de eventos) continua con el mismo equipo de trabajo porque sólo consiste en un departamento.

3. 2+2>4

En nuestro Centro Educativo impulsamos el trabajo en equipo como competencia necesaria a adquirir por cualquier persona que quiera ser un buen profesional de su sector. Es por ello que alumnado y profesorado implicados en este Proyecto han de tener muy presente el siguiente decálogo:

1. Permitimos fallar. Darle un valor positivo al error.
2. Ver en los problemas una zona de oportunidad. Trabajar productivamente y no de manera reactiva.
3. Explicar ante el equipo nuestras debilidades y nuestras fortalezas. Ni las modestias excesivas, ni los presuntos saberes ayudan de verdad a un trabajo en equipo.
4. Cuando demos retroalimentación, evitar los comentarios generales; ir al grano. Ser más descriptivos/objetivos que moralistas. Hablar del aquí y ahora y no de lo que pasó.
5. Valorar la heterogeneidad del grupo. Saber que en esas diferencias está nuestra riqueza.
6. Reconocer que otros pueden hacer cosas mejor que nosotros, sin ofendernos o tratar de minimizar el logro de los demás.
7. Recordar que somos un equipo de trabajo y no una suma de pequeños subgrupos. Interiorizar que prácticamente todas las personas hacen lo que les corresponde, a conciencia y, por lo tanto, los beneficios son mutuos. Ser corresponsables.
8. Mantener una voluntad de confianza y a la vez, una voluntad de "sospecha" permanente.
9. Tratar en lo posible de cumplir los tiempos, las tareas y compromisos. No postergarlo todo, ni eludir nuestras responsabilidades tras la disculpa.
10. Disponer de otros tiempos, diferentes a las sesiones de trabajo, para adelantar nuestros proyectos. Habilitar momentos entre semana para encontrarnos y comentar "cosas" pendientes.

4.- Trabajando como en las agencias de publicidad.

El proceso de trabajo del proyecto "Conviértete en publicista" será semejante al de una agencia de publicidad:

1. Recepción del briefing redactado en un documento word por el anunciante (equipo docente implicado en el proyecto).
2. Análisis del briefing por el departamento correspondiente y brainstorming (tormenta de ideas).
3. Selección de la idea creativa y cumplimentación del cronograma "timing" para dicha tarea.
4. Reparto de tareas y ejecución.
5. Cumplimentación diaria del acta de seguimiento de cada componente del equipo y del cronograma.
6. Análisis de la repercusión que ha obtenido el material publicitario, vídeo, evento, campaña de marketing online etc.
7. Inclusión en la memoria.



Además, como tareas iniciales obligatorias, cada Departamento, en base a modelos de años anteriores, redactan:

1. El Compromiso de Confidencialidad que asumirá y acatará todo el alumnado participante en el Proyecto. Dicho documento es susceptible de ser modificado si el alumnado participante lo considera necesario. Una vez aprobado se procederá a su firma.
2. El Código de buen uso, estilo y conducta para publicación en facebook, twitter... Dicho documento es susceptible de ser modificado si el alumnado participante lo considera necesario. Una vez aprobado se procederá a su firma.
3. El Permiso de obtención de imágenes de personas y su posterior utilización y difusión con fines exclusivamente relacionados con la actividad diaria del Centro. Dicho documento es susceptible de ser modificado si el alumnado participante lo considera necesario. Cada vez que se realice captación de imágenes (sobre todo de menores de edad) procederemos a utilizar el documento.

5.- ¿Qué funciones tiene cada departamento?

- **DEPARTAMENTO DE CARTELERIA**

- Diseño de carteles y de anuncios para prensa etc.
- Diseño de logotipos.
- Maquetación y edición de la revista trimestral del Colegio.
- Diseño y maquetación de folletos.
- Elaboración y redacción de noticias para su posterior publicación en diferentes soportes (paneles, aulas, revista...)
- Creación de eslóganes.

- **DEPARTAMENTO AUDIOVISUAL**

- Elaboración del Documento de respeto al Copyright, imágenes protegidas por Creative Commons y derechos de autor.
- Cobertura de noticias, eventos y actividades significativas tanto en el Centro como fuera del mismo.
- Realización de entrevistas a personas en eventos significativos y su posterior edición.
- Edición de videos.
- Generación de carpeta con música variada y clasificada.
- Generación de carpeta con fotos realizadas e imágenes útiles.
- Fotografías de eventos, charlas, conferencias, fiestas...

- Grabado y montaje de vídeos corporativos, de eventos....
- Diseño de presentaciones (ppt, prezzi...)

• DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL

- Mensualmente confección y maquetación del emailing Calasanz Monthnews que se envía a la base de datos del Colegio.
- Seguimiento y gestión diaria de las redes sociales del Colegio.
- Captación de seguidores para las redes sociales del Centro.
- Creación de campañas de marketing directo a través del e-mail para la fidelización.
- Realización de campañas publicitarias en las redes sociales (concursos, sorteos etc.) a través de apps.
- Actualización de la sección de noticias de la página web del Colegio teniendo en cuenta técnicas de SEO (Search Engine Optimization) con la supervisión del docente.

• DEPARTAMENTO DE EVENTOS

El alumnado de 2º del Ciclo de Marketing y Publicidad colabora en la organización de eventos importantes para el Centro y en acciones de impacto social y de relación con el entorno que nos rodea.

Entre estas acciones destacan:

- Apoyo en temas publicitarios, organizativos y de difusión en medios, en todo lo referente al Rastrillo Solidario que el Centro celebra en Diciembre.
- Organización de la ruta del pintxo solidario.
- Organización de la Jornada navideña en la que se implica a todo el Centro.
- Organización de las dos Jornadas de Puertas Abiertas que se celebran en marzo y abril.
- Eventos, encuentros o reuniones de cualquier tipo que surgen durante el curso escolar y en los que el Centro actúa como anfitrión.
- Colaboración con Proyectos realizados en el Modulo 12 "Proyecto" tales como
 - Estudio de mercado y análisis de la competencia
 - Propuesta de Gala de fin de curso para el alumnado que finaliza sus estudios
 - Propuesta de Evento 50 aniversario del Centro
 - Propuesta de anuario y memoria de actividades del Centro

6.-Eres lo que comunicas y cómo lo comunicas.

"Una comunicación coherente y mesurada favorece las relaciones humanas y el clima laboral."

"La empatía produce simpatía hacia los demás y sus esfuerzos".

Las tareas que debe realizar el alumnado del Ciclo de Marketing y Publicidad, sean actividades de comunicación, de publicidad o de Relaciones Públicas y gestión de eventos, conllevan establecer relaciones con diversos y muy diferentes colectivos de personas.

Por ello tendrán que aprender a 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 que los procesos de comunicación son eficaces.

Además tendrán que establecer líneas de actuación para lograr la satisfacción y fidelización de la clientela, aplicando técnicas de comunicación adecuadas para gestionar los servicios de atención e información al cliente y técnicas de negociación de mediación o arbitraje adecuadas para gestionar las quejas y reclamaciones del cliente/a, consumidor/a y usuario/a.

Y, por supuesto, en muchos casos, tendrán que tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de error en las mismas, para afrontar y resolver distintas situaciones, problemas o contingencia.

8.- Medición de resultados. Evaluación.

Se realiza periódicamente una monitorización permanente de las actividades que realiza el alumnado. Con esto, se busca realizar ajustes y mejoras durante la ejecución del propio proyecto.

El proceso de evaluación de proyecto no se limita al momento de finalización del mismo, sino que se entiende como un proceso continuo que empieza con el seguimiento y control, dentro de una monitorización permanente del mismo, que busca realizar ajustes y mejoras durante la ejecución del propio proyecto.

Como ya se ha comentado en el apartado de proceso de trabajo, a través de reuniones periódicas y además en cada evaluación, se valora la actitud, implicación, participación y ejecución de tareas del alumnado participante en cada Departamento en cada momento.

Se realizan:

Reuniones de seguimiento y control para asegurar que el proyecto está bien orientado y se están consiguiendo los objetivos previstos.

Se establece una sistemática de seguimiento con reuniones periódicas y sistemas de recogida de información que indiquen si hay desviaciones y poder así tomar medidas.

Los objetivos de estas reuniones serán los siguientes:

1. Aprobar lo realizado en el período anterior.
2. Analizar con cada responsable de una ejecución las causas de los retrasos, reducción de calidad...
3. Tomar medidas para que tales situaciones no se repitan
4. Replantear el resto del proyecto pendiente para absorber los efectos negativos de etapas anteriores o minimizar sus efectos.
5. Analizar detalladamente lo que deberá realizarse en el próximo período.

Los puntos de control vienen a coincidir con la fecha de final de evaluación, en la que el profesorado implicado en el proyecto se reúne para reflexionar sobre la evaluación del alumnado en cada uno de los grupos de trabajo y teniendo en cuenta la implicación en las tareas realizadas, su resultado y las competencias transversales de cada uno de ellos.

Además al finalizar cada evaluación, los departamentos elaboran y entregan una memoria que recoja recursos, organigrama, actividades realizadas debidamente evidenciadas, detalladas y fechadas, además de los objetivos a alcanzar, metodología utilizada, experiencia personal y conclusiones.

Se utilizarán rúbricas para evaluar cada uno de los apartados que se consideran importantes y necesarios para alcanzar los resultados de aprendizaje de cada uno de los Módulos del Ciclo. Dichas rúbricas son previamente consensuadas y diseñadas por el profesorado implicado en este Proyecto.

9.- Conclusiones

• Grado de eficacia y eficiencia del proyecto

La continua actividad, el dinamismo y variedad de acciones a realizar que se consiguen con un Proyecto de este tipo es indiscutible. La valoración que el propio alumnado hace de la experiencia es muy positiva, como puede comprobarse en las opiniones personales aportadas a continuación.

OPINIONES PERSONALES DE LOS ALUMNOS PARTICIPANTES EN EL PROYECTO

"La experiencia vivida en el departamento de marketing digital, ha sido positiva, ya que he aprendido a utilizar diferentes herramientas que nunca antes había usado de un modo profesional, como por ejemplo, twitter o linkedin. Es un trabajo constante y dinámico porque continuamente surgen noticias o eventos a promocionar."

"El haber trabajado en el Departamento de Cartelería ha sido una de las mejores experiencias que he tenido a lo largo de este curso. Me ha demostrado que soy capaz de asumir una responsabilidad mucho mayor de lo que yo pensé antes de entrar en este mundo y, sobre todo, que todo el trabajo y el esfuerzo puesto, no sólo son una nota, sino que es algo que va a ser visto por muchas personas, por lo que el colegio ha tenido que confiar en mi persona, y eso te da la sensación de que eres útil."

"He aprendido a manejar un montón de programas que desconocía (Indesign, Photoshop, Premiere etc.) y que me serán útiles en mi vida laboral. Además, también he aprendido a trabajar de una forma organizada y en equipo."

"Me gustaría recalcar el hecho de haber sido el responsable del departamento, gracias a este cargo he conseguido sacar el líder que llevo dentro."

"He aprendido a trabajar en equipo, a manejar programas como "Indesign", a saber cómo lograr llamar la atención del público, ya sea mediante el diseño o la forma de redactar las noticias y titulares de la revista y a trabajar bajo presión; cosas que en definitiva, son las que te van a servir el día de mañana para trabajar."

"La redacción de noticias me ha ayudado a mejorar mi nivel de redacción y, posteriormente, transcribir la información a los carteles."

"Lo que me gustaría destacar del departamento de cartelería es la responsabilidad que nos han dado a la hora de editar la revista con la recopilación de noticias y posterior maquetación de éstas, dando rienda suelta a nuestras ideas y sin ningún tipo de traba. He estado muy contento en el departamento, sintiéndome una pieza útil dentro del colegio y aprendiendo el funcionamiento de lo que significa sacar a la luz una revista. Ha sido una experiencia muy bonita y que no me importaría repetir en un futuro que me ha dado la oportunidad de trabajar con mis compañeros, con otros compañeros y con los profesores mi ha servido para adquirir nuevos conocimientos y aprender mucho."

"Formar parte del equipo de audiovisuales ha supuesto para mí un gran aprendizaje tanto a nivel personal como profesional. Me gustaría destacar que antes de formar parte de este departamento, desconocía por completo el manejo de programas de montaje de vídeo como el Adobe Premiere, y ahora soy capaz de editar y montar un vídeo."

"He aprendido cómo manejar material audiovisual, en primer lugar cámaras de vídeo y fotos (aunque ya sabía utilizar este tipo de elementos) he conseguido desarrollar aún más mis conocimientos, y en segundo lugar, he aprendido a utilizar trípodes y micrófonos profesionales."

"Al surgir cualquier tipo de evento o proyecto de interés relacionado con el centro hemos tenido que organizarnos para ir a cubrir el evento y eso me ha aportado desarrollar una mayor responsabilidad y organización."

"Aprendes a desenvolverte de cara al público, aprendes a crear vídeos y editarlos, en definitiva hace que el trabajo sea totalmente ameno."

"El trabajo que realizamos es crucial para informar a la gente de las novedades del colegio. Lo mejor de haber trabajado en el departamento de redes sociales ha sido el buen funcionamiento del equipo y su inmediatez en todos los sentidos."

"En todo este tiempo en el que hemos estado en el Departamento de Cartelería destaco sobre todo la confianza que han depositado tanto en nuestro departamento como en todos en general, sobre

todo en la libertad absoluta que hemos tenido en cuanto a la creación de la revista mensual del colegio."

"Ha sido una experiencia muy enriquecedora gracias a la cual hemos conocido diversos programas y herramientas que nos podrán ser útiles en nuestra futura vida laboral. Personalmente me ha servido para mejorar el trato y contacto tanto con profesores como con alumnos por lo que ha sido muy satisfactorio."

"El trabajo en cartelería me ha entusiasmado de verdad, y siento que me habría gustado poder profundizar todavía más. La experiencia personal que me llevo de este departamento es muy buena y no me importaría repetirla."

"En el dpto. de marketing digital he aprendido a trabajar como un Community Manager ahora sé gestionar las redes sociales de una empresa y realizar concursos en redes sociales para mejorar su imagen corporativa y lograr más seguidores. Además, he aprendido a elaborar estadísticas para ver la repercusión que tienen las acciones realizadas."

"Mi experiencia en el departamento de cartelería ha sido genial, me ha dado la oportunidad de redactar noticias junto a otros compañeros, trabajar con ellos en un ambiente sano y me ha gustado mucho el funcionamiento del equipo. Cartelería ha sido uno de los grupos en el que he estado más cómoda, me ha gustado mucho porque me ha aportado muchos conocimientos sobre el tema y ha sido muy entretenido aparte de que siempre me ha llamado mucho la atención el tema del periodismo y en este departamento hemos hecho algo que se le parece bastante. Ha sido una experiencia genial"

- **Conveniencia de repetir el proyecto en próximas ocasiones.**

Por lo anteriormente dicho, desde luego, el Centro seguirá apostando por este, ya iniciado, Proyecto y siguiendo, por supuesto en el camino de la Mejora Continua.

No cabe duda de que con las actividades desarrolladas por el alumnado, tanto del 1º como del 2º curso del Ciclo de Marketing y Publicidad, se han logrado los objetivos propuestos.

- **Razones de los éxitos y fracasos.**

Al plantearse analizar el éxito o fracaso del Proyecto, deberíamos reflexionar y hacer más hincapié, no tanto en lo exitoso del mismo o en lo que no lo ha sido tanto, sino en aquellos apartados en los que hay que mejorarlo, porque esto además es la base de la Mejora Continua.

- **Efectos o consecuencias no previstos inicialmente.**

Desde un principio fuimos conscientes de lo que suponía enfrentarnos a este reto y poner en manos del alumnado cuestiones tan importantes como realizar acciones de marketing, publicidad, relaciones públicas, gestión de redes sociales, cartelería, difusión de noticias en medios escritos, presencia en eventos y gestión de algunos de ellos.... Aún así, apostamos por ello y la verdad es que salvando mínimas cosas y algún que otro pequeño despiste, totalmente salvable, en general estamos muy satisfechos con el resultado obtenido.

No cabe pues mencionar consecuencias o efectos graves, no previstos inicialmente sino aprender de los pequeños errores y como se ha mencionado reiteradas veces, apostar por la mejora continua y por este tipo de aprendizaje activo.

- **Alcance de los objetivos.**

En todo momento y dado el carácter de las actividades realizadas se han alcanzado los objetivos generales propuestos.

- Saber trabajar en equipo: coordinar tareas, asumir responsabilidades, trabajar con empatía, saber prevenir y solucionar conflictos, capacidad de negociación, humildad, buen humor, gestionar bien el tiempo, saber enfrentarse a la incertidumbre, espíritu de colaboración y superación.
- Habilidad para manejar fuentes de información diversas, contraste de hechos y realidades, mediante un espíritu analítico y crítico.
- Saber presentar propuestas comunicativas basadas en el rigor, coherencia y exhaustividad, con originalidad y frescura.
- Mantener un debate profesional excelente.
- Elaborar documentos ejecutivos de síntesis y un informe final de resultados.
- Saber argumentar públicamente las propuestas.

De igual manera y en cada uno de los Módulos formativos se han conseguido todos los objetivos específicos.

Pseudónimo: komunika

Anexos



CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA CARTELES

CRITERIOS	SÍ	NO
Cumple el formato exigido en el Briefing (JEPG, Photoshop....).		
Cumple el tamaño exigido en el Briefing.		
Tiene buena resolución.		
Se ha imprimido en DINA4		
La tipografía es acorde al objetivo del mensaje.		
La tipografía es legible.		
El tamaño de la tipografía es acorde al tamaño del cartel.		
El texto del cartel no tiene faltas de ortografía		
Los elementos del diseño están situados de forma equilibrada.		
El colorido del cartel es adecuado al mensaje que transmite.		
El diseño del cartel muestra creatividad.		
El cartel incluye los logos requeridos y todos ellos son correctos		
El cartel muestra un aspecto profesional.		
El cartel ha sido entregado/publicado en la fecha exigida.		
El cartel ha sido mandado a impresión.		
El cartel ha sido divulgado por el Centro.		
El cartel se ha divulgado en las RRSS.		



CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA REVISTA

CRITERIOS	SÍ	NO
La portada incluye los faldones y el encabezado correspondientes.		
Las imágenes no están pixeladas.		
La contraportada incluye todos los logos requeridos y la información necesaria del centro (mail, dirección....).		
El resto de páginas incluye paginado.		
Los títulos cumplen con el tamaño y color requeridos.		
El cuerpo de texto cumple con el tamaño y color requeridos.		
Los títulos irán en mayúsculas y el cuerpo de texto en minúscula.		
No hay texto desbordado.		
Las noticias están redactadas correctamente.		
No tienen faltas de ortografía.		
Las noticias se han sintetizado o resumido sin que pierdan su información esencial.		
Los titulares son originales y adecuados al contenido.		
El resultado final es profesional.		
Se ha entregado en la fecha establecida.		
Se ha subido a ISSU.		
Se ha divulgado por los medios adecuados.		

La contraportada incluye todos los logos requeridos y la información necesaria del centro (mail, dirección....):

- Logotipos: redes sociales del colegio, Lanbide, AENOR, Q de plata, certificado de escuela sostenible.
- Email: secretaria@sjcalasanz.com,
- Teléfono: 944613519
- Dirección: c/Hospital Bajo, 11. 48980 Santurtzi
- Página web: www.sjcalasanz.com
- Código QR de la página web



CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA ORGANIZACIÓN Y EJECUCIÓN DE TAREAS

CRITERIOS	SÍ	NO
El equipo ha cumplimentado correctamente el acta de formación de equipos.		
El equipo ha firmado el contrato de trabajo.		
Todos los miembros del equipo han cumplido con las funciones estipuladas.		
Ha cumplimentado correctamente las actas de seguimiento diario.		
Ha cumplimentado correctamente los cronogramas correspondientes.		
Ha ubicado y registrado cada tarea realizada en las carpetas creadas a tal efecto.		
Las tareas encomendadas han sido entregadas para su previa revisión antes de su publicación.		
Se han entregado a tiempo.		
Una vez creada la tarea se ejecuta y se revisa en el tiempo y periodos establecidos		
La ejecución de la tarea respeta todas las premisas establecidas en el Proyecto de Comunicación (confidencialidad, mayoría de edad, permisos...)		
Los equipos comunican al resto de equipos que sus tareas se han realizado para que el resto de equipos puedan seguir con la ejecución de las suyas.		



CRITERIOS DE EVALUACIÓN REQUISITOS PARA UNA MEMORIA

CRITERIOS	SÍ	NO
La memoria se entrega en la fecha y lugar establecidos (recogida en su carpeta correspondiente).		
La memoria se presentará en Word y PDF		
La memoria tiene un formato uniforme.		
La memoria se presenta con una portada, índice, MODULOS IMPLICADOS, CURSO Y nombre de los componentes del equipo.		
La memoria contiene una foto del equipo y los nombres de sus componentes.		
La memoria presenta el organigrama del equipo, roles y responsable		
La memoria recoge los currículums de los miembros de cada equipo.		
La memoria especifica los recursos materiales utilizados durante el proceso.		
La memoria contiene todos los apartados exigidos, es correcta en contenidos y especificación de tareas		
A la memoria le acompañan apoyos de tipo audiovisual como imágenes, fotografías, videos, música....		
La memoria presenta una estructura lógica: orden en la presentación de contenidos		
La memoria contiene deducción de conclusiones.		
La memoria contiene la opinión personal de todos los componentes.		

La memoria debe incluir los siguientes apartados:

- Portada: que debe incluir módulos implicados, curso y nombre de los componentes del equipo
 - Índice
 - Presentación del equipo (foto de equipo e inclusión de CV)
 - Organigrama
 - Roles y tareas
 - Desarrollo actividades realizadas.
 - Conclusiones y opinión personal de cada uno de los miembros.
 - Anexos: actas de seguimiento, contrato de equipo, cronogramas y recursos utilizados.



CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA VÍDEOS

CRITERIOS	SI	NO
La edición de video es apropiada.		
El video es de una gran nitidez.		
La imagen tiene suficiente luz.		
La imagen es clara y bien definida.		
La calidad del audio es clara.		
El volumen es adecuado y suficiente.		
No hay interrupciones auditivas.		
La banda sonora es adecuada al contenido.		
La banda sonora es de buena calidad.		
El vídeo es completamente autentico.		
La duración se ajusta al tiempo establecido.		
No hay problemas técnicos de carácter grave.		
Los títulos son legibles.		
La secuenciación es correcta.		
El guion es claro		



CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA MARKETING DIGITAL

CRITERIOS	SI	NO
Todos los eventos se publican regularmente y a tiempo en Facebook.		
Todos los eventos se publican regularmente y a tiempo en Twitter.		
Todos los vídeos se publican regularmente y a tiempo en Youtube.		
Todas las noticias se publican regularmente y a tiempo en la página web del Colegio.		
Se han adaptado las imágenes de encabezado de Twitter según las necesidades comunicativas.		
Se han adaptado las imágenes de encabezado de Facebook según las necesidades comunicativas.		
Se han adaptado las imágenes de encabezado de Youtube según las necesidades comunicativas.		
Se han adaptado las imágenes de encabezado de la página web según las necesidades comunicativas.		
Todos los post-s y entradas se han redactado correctamente y sin faltas de ortografía graves.		
Se han redactado los post-s y entradas teniendo en cuenta el canal en el que se iban a difundir. Tono comunicativo según el canal.		
Las entradas/tweets/posts tienen imágenes relacionadas con el contenido.		
Las entradas/tweets/posts tienen enlaces relacionadas con el contenido.		
Análisis de herramientas de monitorización de redes sociales.		
Han utilizado herramientas de monitorización gratuitas. (Por ej. Hootsuite)		
Se han utilizado técnicas SEO para los textos de las redes sociales.		
Se han viralizado los vídeos para una mayor repercusión.		
Se han diseñado campañas de marketing online creativas y eficaces.		
Las campañas de marketing online se han viralizado adecuadamente para que haya una mayor participación.		



Centro de Formación
SAN JOSÉ DE CALASANZ
Prestakuntza Zentroa

Eskola
Iasangarria
Ziurtagiria



Certificado
de Escuela
Sostenible



CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA EL DEPARTAMENTO DE EVENTOS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE MOD. 6						EVALUACION DEL PROYECTO DE COMUNICACIÓN DEL SEGUNDO CURSO DEL CICLO DE MARKETING Y PUBLICIDAD				
1	2	3	4	5	6	EXPERTO	AVANZADO	APRENDIZ	NOVEL	
TAREAS PRE-EVENTO										
PLANIFICACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE RRPP PARA PROMOCIONAR EL RASTRILLO SOLIDARIO.						El equipo: 1 Se ha realizado una estrategia correctamente definida, creativa y viable. 2. Se han planteado acciones de patrocinio y mecenazgo. 3.Se han establecido los plazos y la forma de difusión del evento eficazmente. (cronograma) 4. Se ha presentado la propuesta bien redactada y sin faltas de ortografía.	El equipo ha cumplido tres de los cuatro requisitos establecidos	El equipo ha cumplido dos de los cuatro requisitos establecidos	El equipo ha cumplido uno de los cuatro requisitos establecidos	
DISEÑO DEL MATERIAL PROMOCIONAL DEL EVENTO DE ACUERDO EL BRIEFING.						El equipo: 1. Se ha diseño todo el material promocional establecido en el briefing. 2. Los diseños son creativos y profesionales y se adecuan al briefing. 3. Se ha realizado una evaluación exhaustiva y ordenada de la oferta de proveedores para la carpita (registro en base de datos). 4.Se han realizado propuestas viables para la colocación de elementos de decoración, paneles, carteles etc. en la carpita.	El equipo ha cumplido tres de los cuatro requisitos establecidos	El equipo ha cumplido dos de los cuatro requisitos establecidos	El equipo ha cumplido uno de los cuatro requisitos establecidos	



Centro de Formación
SAN JOSÉ DE CALASANZ
Prestakuntza Zentroa

Eskola
Iasangarria
Ziurtagiria



Certificado
de Escuela
Sostenible



				ORGANIZACIÓN Y DISEÑO DEL PINTXO SOLIDARIO	<p>El equipo: 1. Se ha diseñado todo el material promocional establecido en el briefing. 2. Se ha elaborado el material explicativo para entregar a los hosteleros. 3. Se ha realizado una división del trabajo para su organización. 4. Se ha realizado un cronograma.</p>	<p>El equipo ha cumplido tres de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido dos de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido uno de los cuatro requisitos establecidos</p>
PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS AL CLIENTE								
				DETERMINACIÓN DE NORMAS DE PROTOCOLO Y PROGRAMACION DE LA INTERVENCIÓN.	<p>El equipo: 1. Se ha identificado el tratamiento protocolario. 2. Ha sido una presentación amena y dinámica.. 3. Se ha tenido en cuenta el código de vestimenta como parte de la imagen corporativa de la empresa. 4. ATMÓSFERA Y LUGAR. Se ha seleccionado adecuadamente el lugar y su puesta en escena teniendo en cuenta la imagen corporativa de la empresa y la importancia de una atmósfera positiva.</p>	<p>El equipo ha cumplido tres de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido dos de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido uno de los cuatro requisitos establecidos</p>



Centro de Formación
SAN JOSÉ DE CALASANZ
Prestakuntza Zentroa

Eskola
Lasangarria
Ziurtagiria



Certificado
de Escuela
Sostenible



				TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN (verbal y no verbal)	<p>Individual: 1. Dominio del tema. Responde adecuadamente a las preguntas. 2. Organización y uso del tiempo, es decir, presentación de forma lógica y un buen uso del tiempo 3. Volúmen de voz adecuado. 4. Postura del cuerpo y contacto visual adecuado.</p>	<p>El equipo ha cumplido tres de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido dos de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido uno de los cuatro requisitos establecidos</p>
SELECCIÓN DE LA PROPUESTA POR PARTE DEL CLIENTE Y SU PUESTA EN MARCHA POR PARTE DE LA EMPRESA DE EVENTOS								
				PUESTA EN MARCHA DE LAS PROPUESTAS CREATIVAS ACEPTADAS POR EL CLIENTE	<p>El equipo: 1. Se ha elaborado y organizado todo lo necesario para su posterior ejecución.. 2. Se ha cumplido con los plazo previstos 3. Se han registrado en una base de datos los participantes de cada acción. 4. Se ha registrado el material utilizado y su presupuesto para cada acción.</p>	<p>El equipo ha cumplido tres de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido dos de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido uno de los cuatro requisitos establecidos</p>



Centro de Formación
SAN JOSÉ DE CALASANZ
Prestakuntza Zentroa

Eskola
Iasangarria
Ziurtagiria



Certificado
de Escuela
Sostenible



				ORGANIZACIÓN DE UNA RUEDA DE PRENSA Y PROTOCOLO	<p>El equipo: 1. Se ha identificado el protocolo y ceremonial adecuado al tipo de evento (envío de convocatoria, bienvenida, entrega de nota de prensa etc.) 2. Se han aplicado de técnicas de comunicación no verbal y verbal 3. Se ha programado la intervención de los asistentes de acuerdo con el protocolo. 4. Se ha seleccionado el lugar de colocación y situación de elementos paneles, carteles etc. de acuerdo con la normativa vigente y el protocolo empresarial.</p>	<p>El equipo ha cumplido tres de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido dos de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido uno de los cuatro requisitos establecidos</p>
				MATERIAL DE LA RUEDA DE PRENSA	<p>El equipo: 1. Se han determinado los participantes y medios necesarios para la realización de la rueda de prensa. 2. Se ha redactado y enviado correctamente la convocatoria de prensa. 3. Se ha redactado y enviado correctamente la nota de prensa. 4. Se ha dejado el lugar del evento tal y como estaba con anterioridad a la rueda de prensa.</p>	<p>El equipo ha cumplido tres de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido dos de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido uno de los cuatro requisitos establecidos</p>



Centro de Formación
SAN JOSÉ DE CALASANZ
Prestakuntza Zentroa

Eskola
Lasangarria
Ziurtagiria



Certificado
de Escuela
Sostenible



EJECUCIÓN DEL EVENTO					
POST-EVENTO					
		<p>EJECUCIÓN DEL EVENTO</p> <p>El equipo: 1. Se han realizado las tareas encomendadas de forma eficiente y profesional. 2. Se ha tratado a los participantes educadamente. 3. Se ha fotografiado el acto para su posterior archivo. 4. Se ha desmontado y retirado de forma organizada los materiales y elementos que fueron utilizados en el evento.</p>	<p>El equipo ha cumplido tres de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido dos de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido uno de los cuatro requisitos establecidos</p>
		<p>MEMORIA. EVALUACIÓN DE RESULTADOS.</p> <p>El equipo: 1. La memoria se presenta con una portada, índice, nombre de los componentes del equipo. 2. La memoria contiene todos los apartados exigidos, es correcta en contenidos y especificación de tareas (diseños, cronograma, presupuestos, evaluación) 3. La memoria NO contiene faltas de ortografía. 4. La memoria contiene una infografía de cada acción realizada.</p>	<p>El equipo ha cumplido tres de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido dos de los cuatro requisitos establecidos</p>	<p>El equipo ha cumplido uno de los cuatro requisitos establecidos</p>

CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA CADA ALUMNO/A



Cada alumn@ valorará a cada uno de sus compañer@s. El equipo de profesores valorará a cada alumn@.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN PARA EXPOSICIONES ORALES

CRITERIOS	SI	NO
Se ha seleccionado adecuadamente el lugar y su puesta en escena teniendo en cuenta la imagen personal y la importancia de una atmósfera positiva.		
Todo el equipo demuestra un conocimiento completo del tema, y contesta con precisión todas las preguntas planteadas.		
La presentación se realiza de tal manera que la audiencia entiende al completo la misma ya que se presenta de forma lógica e interesante que cautiva su atención.		
La presentación usa elementos visuales dinámicos y creativos organizados de manera adecuada que cautivan al espectador y muestran la I.C. Se usa poco texto y las imágenes son de calidad, expresando éstas ideas razonadas.		
La introducción, desarrollo y conclusiones son proporcionales en tiempo y contenido y están relacionadas con el tema		
Todos los miembros del equipo se expresan con naturalidad, con un dominio destacado		
Todos los miembros del equipo mantienen un volumen suficientemente alto para ser escuchado por toda la audiencia, hablando claramente, modulando su voz todo el tiempo		
Todos los miembros del equipo mantienen una buena postura y se proyectan con seguridad, generando el interés y entusiasmo de la audiencia, manteniendo todo el tiempo dominio visual de los espectadores.		
Todos los miembros del equipo hacen uso adecuado del tiempo de manera pausada y programada, enfocando todos los aspectos de su presentación (10-15')		

CONVIÉRTETE EN

PUBLICISTA AHORA



Los alumnos de Formación Profesional de Marketing y Publicidad se transforman en una Agencia de Publicidad y dan sus primeros pasos en el mundo del marketing.

Les espera un cliente exigente: el centro educativo y, un gran reto: superar sus expectativas. ¿Lo lograrán?



DEPARTAMENTO AUDIOVISUAL

Siempre están detrás del objetivo para captar ese instante único e irrepetible y hacerlo perdurar en el tiempo.



DEPARTAMENTO DE CARTELERÍA

Son inquietos y creativos para captar la atención del público con sus diseños (carteles, flyers...) y la publicación de la revista trimestral.



DEPARTAMENTO DE MARKETING DIGITAL

Son los "frikis" del mundo digital y de las redes sociales. Nada se les escapa y nos mantienen informados del día a día del centro educativo.



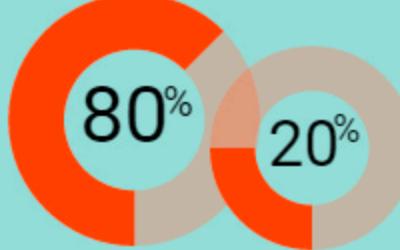
DEPARTAMENTO DE EVENTOS

Son los "frikis" del mundo digital y de las redes sociales. Nada se les escapa y nos mantienen informados del día a día del centro educativo.

PROCESO DE TRABAJO



EVALUACIÓN DEL PROYECTO



El 80% de la evaluación corresponden a las competencias técnicas y el 20% a las competencias transversales.

.....
YA ESTÁN PREPARADOS
PARA EL MUNDO LABORAL
.....

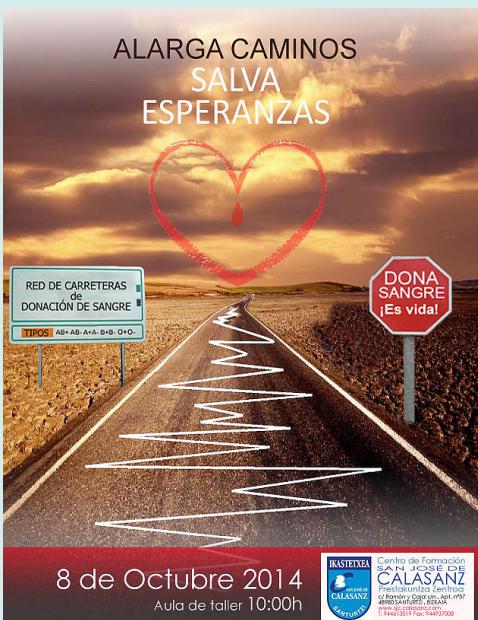
UN POQUITO DEL

DEPARTAMENTO DE CARTELERÍA



ALGUNOS DE LOS CARTELES DISEÑADOS

Cartel donación de sangre



Cartel Día de la Esclerosis Múltiple



Cartel Día del Cáncer de mama



ALGUNAS DE LAS PUBLICACIONES REALIZADAS

Folleto Formación para el empleo. Pincha [aquí](#) para verlo online.



Revista trimestral (diciembre 2015). Pincha [aquí](#) para verlo online.



Revista trimestral (marzo 2015). Pincha [aquí](#) para verlo online.



¡Y MUCHO MÁS!

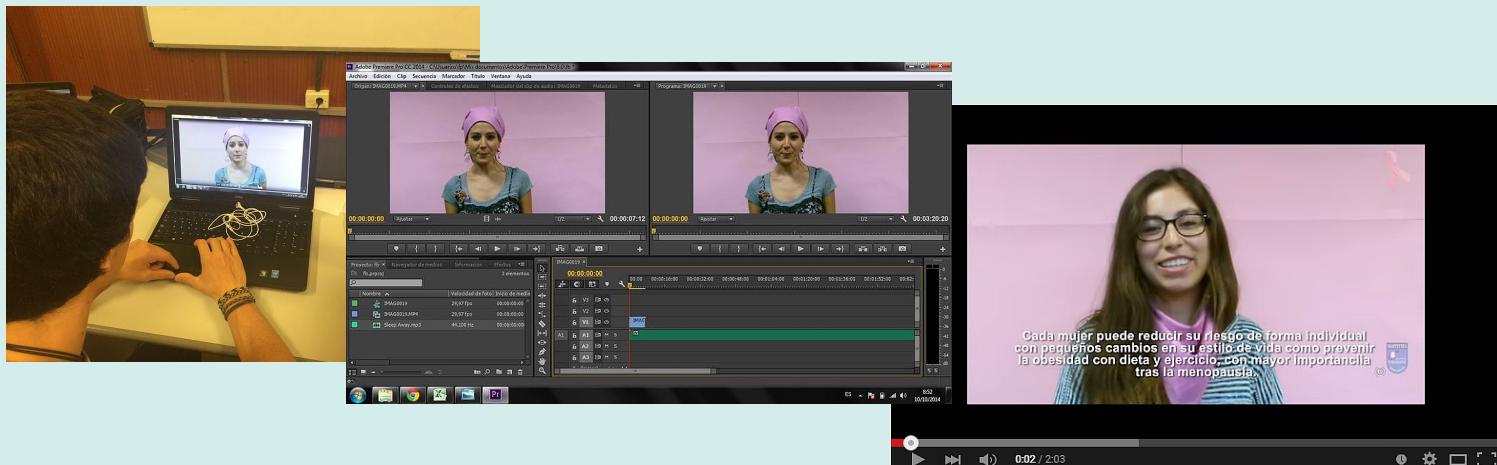
UN POQUITO DEL

DEPARTAMENTO AUDIOVISUAL



ALGUNOS DE LOS VÍDEOS GRABADOS Y EDITADOS

Vídeo del día del Cáncer de mama. Ver online.



Vídeo del Athletic. Ver online.



Vídeo corporativo del Colegio.

Ver online.



HAN FOTOGRAFIADO TODOS
LOS EVENTOS PARA LA
REVISTA MENSUAL,
CARTELES....

¡Y MUCHO MÁS!

UN POQUITO DEL

DEPARTAMENTO MARKETING DIGITAL



ALGUNAS DE LAS TAREAS REALIZADAS



Creación de campañas de marketing online como, por ejemplo, el concurso de #CalaSelfieAbuelos o "Día del niño".



Diseño customizado del encabezado de las redes sociales según el interés comunicativo del Colegio.



Uso de herramientas de monitorización (Hootsuite) y realización de estadísticas.



Página	Mensajes	Notificaciones	Estadísticas	Herramientas de publicación	Exportar	Configuración	Ayuda
Visión general	Me gusta	Alcance	Visitas	Publicaciones	Personas		
Tus 5 publicaciones más recientes							
<small>■ Alcance: orgánico/pagado ■ Clica en publicaciones ■ Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido</small>							
Fecha de publicación	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Interacción	Promocionar	
05/06/2015 12:55	Aquí os dejamos el video sobre la oferta educativa de los ciclos	♂	⌚	1.7K	123 38	Promocionar publi...	
04/06/2015 10:09	Marevillosa jornada de innovación en el Global	♂	⌚	1.2K	99 32	Promocionar publi...	
31/05/2015 10:14	Calasancianas por Baraka ... cuando aún éramos felices!!!	⌚	⌚	882	264 11	Promocionar publi...	
30/05/2015 10:01	Ya estamos aquí! HA LLEGADO EL DÍA DE LOS VALENTES Y	⌚	⌚	1.9K	729 52	Promocionar publi...	
29/05/2015 10:16	Hoy todo el alumnado y profesorado se ha vestido de	♂	⌚	4K	275 116	Promocionar publi...	

Actualización de la sección de noticias de la página web del Colegio teniendo en cuenta técnicas de SEO (Search Engine Optimization) con la supervisión del docente.

Últimas noticias

ATHLETIC, San Jose de Calasanz Ikastetxea beti zurekin!
mayo 29, 2015
Todo el alumnado y profesorado de San Jose de Calasanz Ikastetxea se viste de rojo y blanco y realiza una panc

Fechas de Preinscripción en Ciclos Formativos
mayo 14, 2015
Formalización de Solicituds – Preinscripción Del 25 de Mayo al 5 de Junio Documentación necesaria para

Preinscripciones en Programa de Formación Básica (antes PCPI)
mayo 12, 2015
Formalización de Solicituds – Preinscripción Del 25 de mayo al 5 de junio Documentación necesaria para

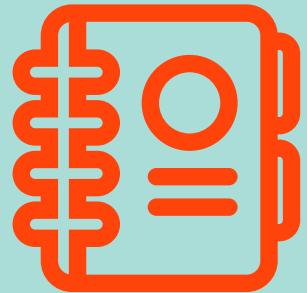
Gestión y actualización de las redes sociales del Colegio.



¡Y MUCHO MÁS!

UN POQUITO DEL

DEPARTAMENTO EVENTOS



EJEMPLO DE UNO DE LOS EVENTOS ORGANIZADOS

Ruta del pintxo solidario



Diseño el flyer



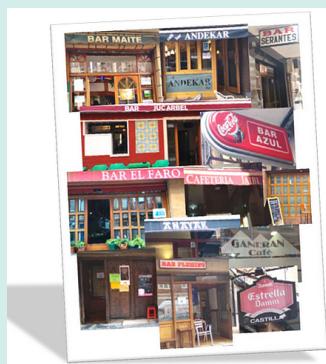
Diseño del cartel



Diseño de las huchas y palillos personalizados para su localización en los bares.

PROCESO DE TRABAJO

- Idea creativa para recaudar dinero, implicando a la hostelería de nuestro pueblo, para una ONG: ruta del pintxo solidario.
- Preparación de la ruta del pintxo solidario (contacto con los hosteleros para su participación, diseño de material publicitario etc.) .
- Ejecución del evento.
- Realización de la encuesta de satisfacción a los hosteleros participantes.
- Elaboración de la memoria con el análisis y mejoras para posibles posteriores ediciones.
- Dinero recaudado: 460€



Bares participantes



Ejemplo de resultados de la encuesta de satisfacción.