

CURSO
25/26

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA



MÓDULO
PROTOCOLO Y
RELACIONES
PÚBLICAS

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

MÓDULO PROFESIONAL

PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS

ÍNDICE	
1. INTRODUCCIÓN AL MÓDULO PROFESIONAL (MP)	2
2. PERFIL DEL ALUMNADO	2
3. OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO PROFESIONAL	2
4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES (CP)	2
5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RA)	3
6. PROPUESTA DE UNIDADES DE TRABAJO (UT) ASOCIADAS A LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE	3
7. CONTENIDOS A TRABAJAR EN LAS UNIDADES DE TRABAJO (CURRÍCULO)	4
8. METODOLOGÍA	6
9. UNIDADES DIDÁCTICAS, RA Y TEMPORALIZACIÓN	7
10. CRITERIOS DE EVALUACIÓN	9
11. EVALUACIÓN, INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	11
12. RECUPERACIÓN, REFUERZO Y MAJORA DE NOTA	12
ANEXO: UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL	13

Ciclo Formativo	TÉCNICO SUPERIOR EN GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIAS TURÍSTICAS (GIAT) IES MONTERROSO (ESTEPONA-MÁLAGA)
Normativa que regula el título	✓ Real Decreto 1255/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas y se fijan sus enseñanzas mínimas. ✓ Orden 11 de octubre de 2010, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas en Andalucía.
Módulo Profesional	PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS
Duración del Módulo	128 HORAS TOTALES/ 4 HORAS SEMANALES
Profesora	M. ^a Juana Martínez Sánchez

1. INTRODUCCIÓN AL MÓDULO PROFESIONAL (MP)

Esta programación está diseñada para alumnado del primer curso de ciclo formativo de grado superior GIAT, y es una programación propia para el módulo de Protocolo y Relaciones Públicas.

Se elabora de acuerdo con los criterios establecidos en el Equipo Docente del Departamento de la Familia Profesional de Hostelería y Turismo conforme al marco legal establecido.

2. PERFIL DEL ALUMNADO

El grupo de clase está formado por 14 alumnos de entre 18 y 45 años de edad, oscilando la media de edad en los 22 años. Comparten las siguientes características:

- ✓ Diferente procedencia (de la misma localidad o localidades próximas).
- ✓ Diferente forma de acceso (bachiller, prueba de acceso, grado medio).
- ✓ Diferentes motivaciones y/o intereses personales.

3. OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO PROFESIONAL

Los objetivos generales de las enseñanzas correspondientes al título de formación profesional de Técnico Superior en GIAT relacionados directamente con éste MP son:

- d) Identificar y seleccionar información turística analizando las fuentes, los medios, el nivel y los procedimientos más adecuados para asesorar e informar al turista en puntos de información, viajes o en el destino, empleando al menos el inglés y otro idioma extranjero.
- e) Identificar y seleccionar estrategias de comunicación analizando su adecuación en cada tipo de servicio para guiar y asistir a viajeros en viajes, traslados o visitas, empleando al menos el inglés y otro idioma extranjero.
- f) Reconocer y valorar el patrimonio natural y cultural analizando sus peculiaridades para informar y conducir a turistas y viajeros.
- h) Reconocer los problemas más comunes asociados al servicio y sus posibles soluciones analizando y aplicando las técnicas de atención al cliente apropiadas para atender las posibles contingencias, imprevistos y quejas.
- i) Analizar los procesos de prestación del servicio identificando los recursos técnicos y humanos así como los procedimientos habituales en terminales de transporte de viajeros para prestar servicios específicos al cliente.

4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES (CP)

La formación del módulo contribuye a alcanzar las competencias profesionales, personales y sociales de este título que se relacionan a continuación:

- d) Asesorar e informar al turista tanto en puntos de información como en viaje o destino, teniendo en cuenta las normas de protocolo básicas, empleando los medios técnicos más adecuados en función del cliente, para lograr una prestación de servicio satisfactoria y la fidelización del visitante.
- e) Guiar y asistir a viajeros en viajes, traslados o visitas, empleando las estrategias de comunicación, consiguiendo la satisfacción de éstos.
- f) Informar y conducir a turistas y viajeros, fomentando el respeto por la riqueza del patrimonio cultural y natural.
- h) Atender las contingencias, imprevistos y quejas que puedan surgir y afectar a viajeros y situaciones, solucionando los problemas que ocasionen para permitir un desarrollo adecuado del servicio.
- i) Prestar servicios específicos al cliente en medios de transporte, así como en terminales (aeropuertos y estaciones) cumpliendo las formalidades propias de estos procesos de manera adecuada.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RA)

Según la Orden 11 de octubre de 2010, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas, los RA que se pretenden conseguir en el alumnado son los siguientes:

- ✓ RA 1: Aplica el protocolo institucional analizando los diferentes sistemas de organización y utilizando la normativa de protocolo y precedencias oficiales.
- ✓ RA 2: Aplica el protocolo empresarial describiendo los diferentes elementos de diseño y organización según la naturaleza, el tipo de acto, así como al público al que va dirigido.
- ✓ RA 3: Aplica los fundamentos y elementos de las relaciones públicas (RR.PP.) en el ámbito turístico seleccionando y aplicando las técnicas asociadas.
- ✓ RA 4: Establece comunicación con el cliente relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.
- ✓ RA 5: Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias describiendo las fases establecidas de resolución asociadas, para conseguir una correcta satisfacción del usuario.
- ✓ RA 6: Demuestra actitudes de correcta atención al cliente analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes con relación al trato recibido.

6. PROPUESTA DE UNIDADES DE TRABAJO (UT) ASOCIADAS A LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD DE TRABAJO	RA
UT1. PROTOCOLO INSTITUCIONAL	1. Aplica el protocolo institucional analizando los diferentes sistemas de organización y utilizando la normativa de protocolo y precedencias oficiales.
UT2. PROTOCOLO EMPRESARIAL	2. Aplica el protocolo empresarial describiendo los diferentes elementos de diseño y organización según la naturaleza, el tipo de acto, así como al público al que va dirigido.
UT3. LAS RELACIONES PÚBLICAS	3. Aplica los fundamentos y elementos de las relaciones públicas (RR.PP.) en el ámbito turístico seleccionando y aplicando las técnicas asociadas.
UT4. LA COMUNICACIÓN	4. Establece comunicación con el cliente relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.
UT5. GESTIÓN DE RECLAMACIONES	5. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias describiendo las fases establecidas de resolución asociadas, para conseguir una correcta satisfacción del
UT.6. ATENCIÓN AL CLIENTE	6. Demuestra actitudes de correcta atención al cliente analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes con relación al trato recibido.

7. CONTENIDOS BÁSICOS A TRABAJAR EN LAS UNIDADES DE TRABAJO

Los contenidos básicos se recogen en la Orden 11 de octubre de 2010, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas. Su distribución en las distintas unidades de trabajo es la siguiente:

UT	CONTENIDOS
UT 1 Protocolo institucional	Aplicación del protocolo institucional: - Protocolo institucional. Definición y elementos. - Sistemas de organización de invitados. - Tipos de presidencias - Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas. - Proyección de actos protocolarios. - Diseño de invitaciones. - Colocación y ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.
UT 2 Protocolo empresarial	Aplicación del protocolo empresarial: - Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales. - Manual protocolario y de comunicación de una empresa. Diseño. - Identificación del público objetivo y adecuación del acto. - Actos protocolarios empresariales. Diseño y aplicación del protocolo durante el acto. - Documentación asociada. - Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.
UT 3 Las relaciones públicas	Aplicación de los fundamentos y los elementos de las RR.PP. en el ámbito turístico: - Fundamentos y principios de las RR.PP. - Aplicación y valoración de las RR.PP. en el ámbito turístico empresarial e institucional. - Recursos de las relaciones públicas. - Identidad corporativa. Identificación y caracterización. - Principales marcas de entidades del sector turístico. - La imagen corporativa. Concepto, componentes y tipos de imagen. - La imagen del turismo español. - La imagen del turismo andaluz. - Procesos y canales de comunicación. Selección de medios de comunicación adecuados. - La expresión corporal y la expresión verbal. Técnicas. La imagen personal. - Habilidades sociales.
UT 4 La comunicación	Comunicación con los clientes: - Proceso de la comunicación. - Comunicación no verbal. - Comunicación verbal. - Objetivos y variables de la atención al cliente. - Modalidades de atención al cliente. Contacto directo y no directo. Técnicas. - Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa. Actitudes y aptitudes. - Técnicas de dinamización e interacción grupal.
UT 5 Gestión de reclamaciones	Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias: - Quejas, reclamaciones y sugerencias. Conceptos formales y no formales. - Valoración de su importancia.

	- Principales motivos de quejas del cliente de las empresas de hostelería y turismo. - Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias. - Fases de la gestión de quejas y reclamaciones. - Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas. - Diseño de puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones.
UT 6 Atención al cliente	Actitudes de atención al cliente: - Actitud de servicio al cliente. - Actitud de empatía y simpatía. - Actitud de respeto hacia clientes, superiores, personal dependiente y compañeros. - Actitud profesional. - El valor de la discreción dentro del ámbito laboral. - El valor de la imagen corporativa.

8. METODOLOGÍA

8.1. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS	✓ El alumno/a como protagonista de su propio aprendizaje a través de exposiciones orales donde desarrollar la competencia lingüística, la expresión oral y corporal con el fin de alcanzar la oratoria eficaz. ✓ Aprendizaje basado en saber, saber hacer y saber ser y estar. ✓ Asegurar la construcción de aprendizajes significativos a través de la movilización de conocimientos previos (motivación, intuición, creatividad). El propio alumnado participa en el proceso. ✓ Garantizar la funcionalidad de los aprendizajes, aprendizaje con sentido profesional, orientado al ámbito de la competencia profesional. ✓ Activar y movilizar los esquemas de conocimiento del alumnado, provocando desafíos cognitivos que permitan el avance y desarrollo. ✓ Promover una intensa actividad mental que le lleve a reflexionar y justificar sus actuaciones. ✓ Formación y uso de herramientas digitales y teletrabajo. ✓ Formación en habilidades sociales y soft skills. ✓ Promover la reflexión, el razonamiento y la participación activa facilitando una intensa actividad en el alumnado en un clima de aceptación mutua y de cooperación en clase.
8.2. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE	✓ Actividades de inicio: dinámicas de grupo y ejercicios de respiración y vocalización. Desarrollo y práctica de habilidades sociales. ✓ Actividades de desarrollo de los contenidos: destinadas a la adquisición de nuevos conocimientos. Manejo de diversas fuentes de información, búsqueda en internet, trabajos y exposiciones orales individuales y en grupo. ✓ Actividades de refuerzo: para alumnado que no ha alcanzado los resultados de aprendizaje previsto. Exposición de conceptos básicos, resolución de dudas, actividades con menor nivel de exigencia. ✓ Actividades de ampliación: permiten profundizar los conocimientos. Actividades, trabajos y exposiciones adicionales.
8.3. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS	✓ Libro de texto de referencia: MUÑOZ BODA, M^a Soledad: Protocolo y Relaciones Públicas. Editorial Paraninfo, 2016. ✓ Material audiovisual: Videos, presentaciones con diapositivas. ✓ Aula polivalente con ordenadores, webcam, altavoces y conexión wifi. ✓ Cañón de proyección, pantalla, altavoces y pizarra blanca. ✓ Webgrafía relacionada con el protocolo y las relaciones públicas.
8.4. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	✓ Atención individualizada: via email, teléfono, videoconferencia, distribución en el espacio, ritmos de trabajo y otros. ✓ Objetivos: en relación con los resultados de aprendizaje desarrollados en diferente grado por el alumnado. ✓ Agrupamientos: trabajo en equipo, grupos interactivos y tutorización de iguales. ✓ Tutorización y orientación grupal e individualizada. ✓ Actividades de refuerzo y ampliación.

9. UNIDADES DIDÁCTICAS, RA Y TEMPORALIZACIÓN

RA (Resultados de aprendizaje)	UT (Unidades de trabajo)	TRIMESTRE	HORAS	%NOTA
RA 1: Aplica el protocolo institucional analizando los diferentes sistemas de organización y utilizando la normativa de protocolo y precedencias oficiales.	1. Protocolo institucional.	1	10	10%
RA2. Aplica el protocolo empresarial describiendo los diferentes elementos de diseño y organización según la naturaleza, el tipo de acto, así como al público al que va dirigido.	2. Protocolo empresarial.	1	10	10%
RA3. Aplica los fundamentos y elementos de las relaciones públicas (RR.PP.) en el ámbito turístico seleccionando y aplicando las técnicas asociadas.	3. Las relaciones públicas.	1	10	10%
RA 4. Establece comunicación con el cliente relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.	4. La comunicación.	1, 2, 3	48	30%
RA 5. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias describiendo las fases establecidas de resolución asociadas, para conseguir una correcta satisfacción del cliente.	5. Gestión de reclamaciones.	3	10	10%
RA 6. Demuestra actitudes de correcta atención al cliente analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes con relación al trato recibido.	6. Atención al cliente	2	40	30%
TOTAL			128	100 %

Para la parte de formación en empresa de este módulo, que corresponde a una duración de 40 horas, se ha elaborado la siguiente tabla especificando el RA que se realizará, con sus CE relacionados y las actividades que deberá llevar a cabo el alumnado para alcanzarlos.

Esta formación en empresas se realizará en el segundo trimestre del curso académico, en concreto desde el 23 de enero hasta el 17 de abril, ambos inclusive, con una jornada de 6 horas de lunes a viernes, tal y como se recoge en el plan de formación de Séneca.

RA 6: Demuestra actitudes de correcta atención al cliente analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes con relación al trato recibido.

- a) Se han analizado las expectativas de los diferentes tipos de cliente.
- b) Se ha conseguido una actitud de empatía.
- c) Se ha valorado la importancia de una actitud de simpatía.
- d) Se ha valorado en todo momento una actitud de respeto hacia los clientes, superiores y compañeros.
- e) Se ha conseguido alcanzar una actitud profesional.
- f) Se ha seguido una actitud de discreción.
- g) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa.

RA	CE	ACTIVIDADES	EMPRESA
6	a)	Realizar entrevistas o encuestas a los clientes sobre expectativas del servicio	Hotel, AAVV, OT, Empresas de Guía
6	b)	Atención al cliente: escucha activa, resolución de problemas, actitud de servicio, compañerismo, respeto y profesionalidad	Hotel, AAVV, OT, Empresas de Guía
6	c)	Atención al cliente: escucha activa, resolución de problemas, actitud de servicio, compañerismo, respeto y profesionalidad	Hotel, AAVV, OT, Empresas de Guía
6	d)	Atención al cliente: escucha activa, resolución de problemas, actitud de servicio, compañerismo, respeto y profesionalidad	Hotel, AAVV, OT, Empresas de Guía
6	e)	Atención al cliente: escucha activa, resolución de problemas, actitud de servicio, compañerismo, respeto y profesionalidad	Hotel, AAVV, OT, Empresas de Guía
6	f)	Manejar información confidencial del cliente de forma discrecional	Hotel, AAVV, OT, Empresas de Guía
6	g)	Proyectar imagen coherente y profesional tanto en la vestimenta como en el trato al cliente.	Hotel, AAVV, OT, Empresas de Guía

10. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 1	a) Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional. b) Se han determinado los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales. c) Se han caracterizado los diferentes sistemas de ordenación de los invitados en función del tipo de acto a organizar. d) Se ha reconocido la normativa de protocolo y precedencias oficiales del Estado y otras instituciones. e) Se han realizado los programas protocolarios en función del evento a desarrollar. f) Se ha caracterizado el diseño y planificación de actos protocolarios. g) Se han diseñado diferentes tipos de invitaciones en relación con diferentes tipos de acto. h) Se ha determinado la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.
RA 2	a) Se han caracterizado la naturaleza y el tipo de actos a organizar. b) Se han diseñado manuales protocolarios y de comunicación. c) Se ha identificado el público al que va dirigido. d) Se han identificado los elementos de organización y diseño de actos protocolarios empresariales (presidencia, invitados, día, hora, lugar, etc.). e) Se ha verificado la correcta aplicación del protocolo durante el desarrollo del acto. f) Se ha enumerado la documentación necesaria según el acto para su correcto desarrollo. g) Se ha elaborado el programa y cronograma del acto a organizar. h) Se ha calculado el presupuesto económico del acto a organizar.
RA 3	a) Se han definido los fundamentos y principios de las RR.PP. b) Se han identificado y caracterizado los elementos de identidad corporativa en empresas e instituciones turísticas. c) Se han identificado las principales marcas de entidades públicas y privadas del sector turístico. d) Se ha identificado y clasificado el concepto de imagen corporativa y sus componentes. e) Se han reconocido distintos tipos de imagen proyectadas por empresas e instituciones turísticas. f) Se han identificado los procesos y los canales de comunicación. g) Se han aplicado diversas técnicas de expresión verbal y no verbal. h) Se han reconocido y valorado los diferentes recursos de las relaciones públicas. i) Se han seleccionado diferentes medios de comunicación dependiendo del producto a comunicar. j) Se ha valorado la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas e instituciones turísticas.
RA 4	a) Se han analizado los objetivos de una correcta atención al cliente. b) Se han caracterizado las técnicas de atención al cliente. c) Se han diferenciado las modalidades de atención al cliente. d) Se han aplicado las acciones del contacto directo y no directo. e) Se han utilizado las técnicas de comunicación con el cliente. f) Se han caracterizado los diferentes tipos de clientes. g) Se han demostrado las actitudes y aptitudes en los procesos de atención al cliente. h) Se han definido las técnicas de dinamización e interacción grupal.
RA 5	a) Se han definido y analizado los conceptos formales y no formales de quejas, reclamaciones y sugerencias. b) Se han reconocido los principales motivos de quejas de los clientes en las empresas de hostelería y turismo. c) Se han identificado los diferentes canales de comunicación de las quejas, reclamaciones o sugerencias y su jerarquización dentro de la organización. d) Se ha valorado la importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continua. e) Se han establecido las fases a seguir en la gestión de quejas y reclamaciones para conseguir la satisfacción del cliente dentro de su ámbito de competencia. f) Se ha cumplido la normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas. g) Se han diseñado los puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al

	cliente y gestión de quejas y reclamaciones.
RA 6	a) Se han analizado las expectativas de los diferentes tipos de cliente. b) Se ha conseguido una actitud de empatía. c) Se ha valorado la importancia de una actitud de simpatía. d) Se ha valorado en todo momento una actitud de respeto hacia los clientes, superiores y compañeros. e) Se ha conseguido alcanzar una actitud profesional. f) Se ha seguido una actitud de discreción. g) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa.

11. EVALUACIÓN, INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

CONSIDERACIONES GENERALES	✓ La evaluación se realiza teniendo en cuenta los resultados de aprendizaje (RA), los criterios de evaluación (CE) y el progreso continuo del alumno/a en su competencia profesional y lingüística, tanto en el centro educativo como en la empresa. El tutor laboral colabora de forma cualitativa. ✓ Se trata de una evaluación continua, formativa e integrada, por lo que para aplicar dicha evaluación continua se requiere la asistencia regular a clase del alumno/a y su participación en las actividades programadas. ✓ Pérdida de evaluación continua: se requiere asistencia mínima del 80 % en centro y empresa. En caso contrario, perderá el derecho a evaluación continua. ✓ El alumno/a deberá realizar un mínimo de 9 exposiciones o grabaciones en video el curso. Si el alumno/a no llega a realizar las 9 exposiciones antes de la 1ª evaluación final tendrá que recuperar antes de la 2ª final de junio.
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	✓ Presentaciones orales. ✓ Presentaciones con diapositivas. ✓ Cuaderno de seguimiento y evaluación de presentaciones. ✓ Fichas de Observación y rúbricas.
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	✓ La calificación de los módulos profesionales de formación en el centro educativo y en empresa se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes. ✓ El peso de los distintos RA sobre la calificación final será la detallada en el punto 9. Unidades didácticas, RA y temporalización. La ponderación correspondiente a cada uno de los Criterios de Evaluación relacionados con cada uno de los RA quedará establecida en la programación de aula. ✓ La calificación del MP será la media ponderada (según lo dicho en el punto anterior) de las calificaciones de cada uno de los RA, observando siempre que se hayan superado todos los RA. ✓ Para superar el MP el alumno/a deberá alcanzar todos los RA asociados al módulo, cada uno con una calificación igual o superior a 5, entendida para cada RA como evidencia de la adquisición del mismo. ✓ Para superar un RA se hará la media ponderada (según la programación del aula) de las calificaciones de cada CE. Se superará con calificación mayor o igual a 5. ✓ En caso de no superar el RA sí se considerarán superados los CE de dicho RA con calificación mayor o igual a 5. ✓ En el periodo ordinario de evaluación los criterios de calificación se establecerán para cada UT/RA ligados a los instrumentos de evaluación utilizados. ✓ No se puede incluir % de actitud (competencias personales y sociales) de manera independiente con un peso en la nota global. Pueden valorarse en los distintos instrumentos de evaluación. ✓ Las calificaciones que obtenga el alumnado en la recuperación sustituirán a las calificaciones anteriores. Por consiguiente, dichas calificaciones, junto con las que obtuvo en los criterios de evaluación que sí superó en su momento, generarán una nueva calificación final del MP que será la que aparecerá como nota de evaluación final. ✓ En el caso del alumnado que quiera mejorar su calificación, se mantendrá la nota más alta considerando la que obtuvo en un primer momento y la que ha obtenido en este proceso de mejora de calificación. Por consiguiente,

dichas calificaciones, junto con las que obtuvo en los criterios de evaluación que no han sido objeto de mejora, generarán una nueva calificación final del MP que aparecerá como nota de evaluación final.

- ✓ La nota trimestral será la media ponderada (según programación) de las UT/RA del trimestre. La nota final será la media ponderada (según programación) de todas las UT/RA.
- ✓ Las notas trimestrales y finales se redondean.
- ✓ Para las exposiciones orales se utilizará la siguiente rúbrica:

NOMBRE:

EXPRESIÓN VERBAL	CORRECCIÓN EN EL LENGUAJE: Gramática correcta, sin errores.	0.5	
	CLARIDAD EXPOSITIVA: Contenido comprensible, lenguaje no coloquial, no literario ni cargado de tecnicismos, ameno. Variedad. Conciso.	0.5	
	AUSENCIA DE MULETILLAS, DE REPETICIÓN DE PALABRAS Y TITUBEOS	0.5	
EXPRESIÓN PARAVERBAL	VOCALIZACIÓN Y CLARIDAD	0.5	
	VOLUMEN Y PROYECCIÓN	0.5	
	ENTONACIÓN Y ÉNFASIS	0.5	
	RITMO, VELOCIDAD Y PAUSAS	0.5	
EXPRESIÓN CORPORAL	REPARTO MIRADA Contacto visual con todos los asistentes.	0.5	
	MOVIMIENTO BRAZOS, MANOS Y PIES Apoyando las palabras, abiertos, movimientos suaves, sin cruzar.	0.5	
	POSICIÓN DEL CUERPO Ligeramente inclinado, relajado.	0.5	
	ENTUSIAMO	0.5	
	NATURALIDAD	0.5	
	CONTROL ESCÉNICO Seguridad y control del nerviosismo.	0.5	
	CONTENIDO		
	CAPACIDAD DE SÍNTESIS: Frases cortas, sin redundar, ajuste al tiempo, brevedad.	0.5	
	ESTRUCTURA: Ordenado: presentación, introducción, desarrollo, conclusión.	0.5	
	DOMINIO DEL TEMA: Memoria y conocimiento del contenido, exponer sin leer ni recitar.	0.5	
	PROFUNDIDAD EN EL TRATAMIENTO DE CONTENIDOS	0.5	
	VOCABULARIO Extenso, preciso, riqueza lingüística, información veraz y contrastada.	0.5	
	PRESENTACIÓN CON DIAPOSITIVAS	0.5	
IMAGEN PERSONAL	VESTIMENTA Y ARREGLO PERSONAL	0.5	
TOTAL		10	

12. RECUPERACIÓN, REFUERZO, MEJORA DE NOTA

Para los alumnos/as que no alcancen 9 exposiciones orales antes de la 1ª evaluación final o que no asistan regularmente a clase se presentarán a una prueba final en junio que consistirá en:

- ✓ Superar un examen teórico del temario del módulo (50%).
- ✓ Exposición oral de una unidad del temario de protocolo y relaciones públicas.
Tiempo: 2 horas para preparación, usando cualquier material disponible. 20 minutos para la exposición. 10 minutos para responder a preguntas de la profesora.

Para los alumnos que necesiten refuerzo o con nee se propondrá presentaciones adicionales y un plan de seguimiento personalizado e individualizado.

Para los alumnos que quieran subir nota se les propondrán trabajos y exposiciones adicionales.

- ✓ Se recogerán en la Programación de Aula durante el periodo ordinario de evaluación las actividades de apoyo dirigidas a ayudar a los alumnos/as que necesiten de medidas encaminadas a facilitarles el logro de determinados RA.
- ✓ Las actividades de refuerzo, recuperación o mejora de los RA y CE previstas para el periodo de recuperación/mejora se recogerán específicamente en el Plan Individualizado de Recuperación/Mejora.
- ✓ Al inicio de ese periodo de recuperación/mejora el profesor entregará a cada alumno/a el Plan Individualizado de Recuperación/Mejora que recogerá:
 - o RA y CE no superados/ mejorables.
 - o Plan de trabajo.
 - o Momentos e instrumentos de evaluación.
 - o Criterios de calificación.
 - o Horario y calendario.
 - o Información de la obligatoriedad de asistir a las clases de ese periodo.
- ✓ Para el alumnado que no supera algún RA en el centro o en la empresa: Se diseñará un plan de recuperación y atención individualizado que se ajuste a cada casuística concreta en el que podrá recuperar aquellos RA no superados en el centro o en la empresa. Se propondrán actividades de recuperación y/o prueba escrita para superar dichos RA antes del 25 de junio. En caso de que el alumnado vea suspendida su periodo de estancia en la empresa deberá superar dicho RA en el centro con las actividades de recuperación y prueba escritas previstas.

ANEXO: UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL

UT 1 PROTOCOLO INSTITUCIONAL		Nº HORAS/%	Trimestre
RA	1. Aplica el protocolo institucional analizando los diferentes sistemas de organización y utilizando la normativa de protocolo y precedencias oficiales.	24/ 20	1ª evaluación
		OG	CP
		d), e), f)	d), f), i)
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
Aplicación del protocolo institucional: - Protocolo institucional. Definición y elementos. - Sistemas de organización de invitados. - Tipos de presidencias - Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas. - Proyección de actos protocolarios. - Diseño de invitaciones. - Colocación y ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.		a) Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional. b) Se han determinado los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales. c) Se han caracterizado los diferentes sistemas de ordenación de los invitados en función del tipo de acto a organizar. d) Se ha reconocido la normativa de protocolo y precedencias oficiales del Estado y otras instituciones. e) Se han realizado los programas protocolarios en función del evento a desarrollar. f) Se ha caracterizado el diseño y planificación de actos protocolarios. g) Se han diseñado diferentes tipos de invitaciones en relación con diferentes tipos de acto. h) Se ha determinado la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.	
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	Rúbrica de exposición oral.	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN	✓ Exposiciones orales. ✓ Presentaciones de diapositivas. ✓ Observación.

UT 2 PROTOCOLO EMPRESARIAL		Nº HORAS/%	Trimestre
RA	2. Aplica el protocolo empresarial describiendo los diferentes elementos de diseño y organización según la naturaleza, el tipo de acto, así como al público al que va dirigido.	20/15	1ª evaluación
		OG	CP
		d), e), h), i)	d), e), h), i)
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
Aplicación del protocolo empresarial: - Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales. - Manual protocolario y de comunicación de una empresa. Diseño. - Identificación del público objetivo y adecuación del acto. - Actos protocolarios empresariales. Diseño y aplicación del protocolo durante el acto. - Documentación asociada. - Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.		a) Se han caracterizado la naturaleza y el tipo de actos a organizar. b) Se ha diseñado un manual protocolario y de comunicación. c) Se ha identificado el público al que va dirigido. d) Se han identificado los elementos de organización y diseño de actos protocolarios empresariales (presidencia, invitados, día, hora, lugar, etc.). e) Se ha verificado la correcta aplicación del protocolo durante El desarrollo del acto. f) Se ha enumerado la documentación necesaria según el acto para su correcto desarrollo. g) Se ha elaborado el programa y cronograma del acto a organizar. h) Se ha calculado el presupuesto económico del acto a organizar.	
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	Rúbrica de exposición oral.	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN	✓ Exposiciones orales. ✓ Presentaciones de diapositivas. ✓ Observación.

UT 3 LAS RELACIONES PÚBLICAS		Nº HORAS/%	Trimestre
RA	3. Aplica los fundamentos y elementos de las relaciones públicas (RR.PP.) en el ámbito turístico seleccionando y aplicando las técnicas asociadas.	20/15	2ª evaluación
		OG	CP
		d), e), h), i)	d), i)
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
Aplicación de los fundamentos y los elementos de las RR.PP. en el ámbito turístico: - Fundamentos y principios de las RR.PP. - Aplicación y valoración de las RR.PP. en el ámbito turístico empresarial e institucional. - Recursos de las relaciones públicas. - Identidad corporativa. Identificación y caracterización. - Principales marcas de entidades del sector turístico. - La imagen corporativa. Concepto, componentes y tipos de imagen. - La imagen del turismo español. - La imagen del turismo andaluz. - Procesos y canales de comunicación. Selección de medios de comunicación adecuados. - La expresión corporal y la expresión verbal. - Técnicas. La imagen personal. Habilidades sociales.		a) Se han definido los fundamentos y principios de las RR.PP. b) Se han identificado y caracterizado los elementos de identidad corporativa en empresas e instituciones turísticas. c) Se han identificado las principales marcas de entidades públicas y privadas del sector turístico. d) Se ha identificado y clasificado el concepto de imagen corporativa y sus componentes. e) Se han reconocido distintos tipos de imagen proyectadas por empresas e instituciones turísticas. f) Se han identificado los procesos y los canales de comunicación. g) Se han aplicado diversas técnicas de expresión verbal y no verbal. h) Se han reconocido y valorado los diferentes recursos de las relaciones públicas. i) Se han seleccionado diferentes medios de comunicación dependiendo del producto a comunicar. j) Se ha valorado la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas e instituciones turísticas. k) Se ha identificado y caracterizado la imagen del turismo español y andaluz.	
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	Rúbrica de exposición oral.	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN	✓ Exposiciones orales. ✓ Presentaciones de diapositivas. ✓ Observación.

UT 4 LA COMUNICACIÓN		Nº HORAS/%	Trimestre
RA	4. Establece comunicación con el cliente relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.	24/20	2ª evaluación
		OG	CP
		d), e), h), i)	d), e), h), i)
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
Comunicación con los clientes: - Proceso de la comunicación. - Comunicación no verbal. - Comunicación verbal. - Objetivos y variables de la atención al cliente. - Modalidades de atención al cliente. Contacto directo y no directo. Técnicas. - Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa. Actitudes y aptitudes. - Técnicas de dinamización e interacción grupal.		a) Se han analizado los objetivos de una correcta atención al cliente. b) Se han caracterizado las técnicas de atención al cliente. c) Se han diferenciado las modalidades de atención al cliente. d) Se han aplicado las acciones del contacto directo y no directo. e) Se han utilizado las técnicas de comunicación con el cliente. f) Se han caracterizado los diferentes tipos de clientes. g) Se han demostrado las actitudes y aptitudes en los procesos de atención al cliente. h) Se han definido las técnicas de dinamización e interacción grupal.	
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	Rúbrica de exposición oral.	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN	✓ Exposiciones orales. ✓ Presentaciones de diapositivas. ✓ Observación.

UT 5 GESTIÓN DE RECLAMACIONES		Nº Sesiones	Trimestre
RA	5. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias describiendo las fases establecidas de resolución asociadas, para conseguir una correcta satisfacción del cliente.	20 /12	3ª evaluación
		OG	CP
		d), e), h), i)	d), e), i)
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias: - Quejas, reclamaciones y sugerencias. Conceptos formales y no formales. Valoración de su importancia. - Principales motivos de quejas del cliente de las empresas de hostelería y turismo. - Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias. - Fases de la gestión de quejas y reclamaciones. - Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas. - Diseño de puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones.		a) Se han definido y analizado los conceptos formales y no formales de quejas, reclamaciones y sugerencias. b) Se han reconocido los principales motivos de quejas de los clientes en las empresas de hostelería y turismo. c) Se han identificado los diferentes canales de comunicación de las quejas, reclamaciones o sugerencias y su jerarquización dentro de la organización. d) Se ha valorado la importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continua. e) Se han establecido las fases a seguir en la gestión de quejas y reclamaciones para conseguir la satisfacción del cliente dentro de su ámbito de competencia. f) Se ha cumplido la normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas. g) Se han diseñado los puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones.	
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	Rúbrica de exposición oral.	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN	✓ Exposiciones orales. ✓ Presentaciones de diapositivas. ✓ Observación.

UT 6 ATENCIÓN AL CLIENTE		Nº HORAS/%	Trimestre
RA	6. Demuestra actitudes de correcta atención al cliente analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes con relación al trato recibido.	20/15	3ª evaluación
		OG	CP
		d), e), h), i)	d), e), h), i)
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
Actitudes de atención al cliente: - Actitud de servicio al cliente. - Actitud de empatía y simpatía. - Actitud de respeto hacia clientes, superiores, personal dependiente y compañeros. - Actitud profesional. - El valor de la discreción dentro del ámbito laboral. - El valor de la imagen corporativa.		a) Se han analizado las expectativas de los diferentes tipos de cliente. b) Se ha conseguido una actitud de empatía. c) Se ha valorado la importancia de una actitud de simpatía. d) Se ha valorado en todo momento una actitud de respeto hacia los clientes, superiores y compañeros. e) Se ha conseguido alcanzar una actitud profesional. f) Se ha seguido una actitud de discreción. g) Se ha valorado la importancia de la imagen corporativa.	
CRITERIOS DE CALIFICACIÓN	Rúbrica de exposición oral.	INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN	✓ Exposiciones orales. ✓ Presentaciones de diapositivas. ✓ Observación.