



I.E.S. “Las Salinas”
Avda. Al-Andalus s/n
11100 San Fernando (Cádiz)

PROGRAMACIÓN

Formación Profesional

Teléfono: 956 24 33 80
Fax: 956 24 33 85

Página: 1/18

PROGRAMACIÓN DE HORAS DE LIBRE CONFIGURACIÓN

**2º Ciclo Formativo Grado Superior
MARKETING Y PUBLICIDAD
GRUPO A y B**

**DPTO. de COMERCIO Y MARKETING
I.E.S. LAS SALINAS**

SAN FERNANDO (CÁDIZ)
CURSO: 2020/2021

1. Contenidos

De las unidades incluidas en la Programación del módulo RRPP y Organización de Eventos hemos extraído las siguientes, cuyos contenidos se van a trabajar en las 3 horas semanales de Libre Configuración:

Unidad 1. Las Relaciones Públicas dentro de la estrategia de comunicación de la empresa.

- 1.1. Comunicación colectiva y comunicación interpersonal.
- 1.2. La persuasión a través del mensaje.
- 1.3. Acciones de RRPP internas: convenciones, distribución de revistas internas, tabloneros de anuncios...
- 1.4. Acciones de RRPP externas: nota, comunicado y dossier de prensa, publicreportaje, ferias, exhibiciones, fiestas, congresos...
- 1.5. Acciones de RRPP con diversos públicos. relaciones con los medios de comunicación y la comunidad.

Unidad 2. Relaciones públicas e imagen corporativa.

- 2.1. La importancia de la imagen de la empresa.
- 2.2. La organización de eventos dentro de las relaciones públicas de la empresa.
- 2.3. Responsabilidad social corporativa (rSC).

Unidad 3. Caracterización de la organización de eventos de marketing:

- 3.1. Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos.
- 3.2. Organización y responsabilidades de los equipos. Dirección y seguimiento.
- 3.3. Organización y planificación de tareas y documentación.
- 3.4. Presupuesto del evento. Importancia del presupuesto para dimensionar el evento.
- 3.5. Preparación, desarrollo y análisis del evento.
- 3.6. Técnicas de organización de eventos. Gestiones y tareas del organizador, programa del evento, calendario y cronograma:
 - Actividades a realizar antes del evento.
 - Actividades posteriores al evento.
- 3.7. Análisis de resultados.
- 3.8. Publicación y difusión del evento.
- 3.9. Elección, según el evento, de los canales y medios de comunicación.

4. Protocolo y ceremonial de actos y eventos de marketing y comunicación:

-
- 4.1. Sistemas de ordenación y protocolo de invitados.
 - 4.2. Ordenación de escudos, himnos y banderas y otros símbolos.
 - 4.3. Graduación de la formalidad en los saludos, vestuario y mesa, entre otros.
 - 4.4. Organización del acto protocolario. Objetivos, calendario, programa, presupuesto, invitados, material gráfico, espacio físico, protocolo, recursos humanos, correspondencia protocolar y protocolo de relaciones con la prensa entre otros.

5. Coordinación y supervisión de los eventos de marketing:

- 5.1. Comportamiento y desarrollo de eventos de marketing y comunicación.
 - Tipos de comunicación en el desarrollo de eventos. Comunicación interna. Comunicación Institucional, social y económica. Acciones de comunicación externa.
 - Técnicas de comunicación verbal y no verbal según el protocolo definido.
 - La imagen personal. Inteligencia emocional. Componentes de la imagen personal. Marca personal.
 - Habilidades personales. expresión oral y escrita, hablar en público. Actitud en acción. Aptitud creativa.
- 5.2. Gestión del tiempo y del cambio. Motivación y liderazgo.
 - Los eventos como elementos de transmisión de imagen y valores corporativos.
 - Identidad e imagen corporativa. Arquitectura de marcas. Manual de identidad corporativa. La identidad corporativa en eventos.
- 5.3. Cuestionarios de satisfacción. diseño y análisis de los resultados. redacción del informe final de la evaluación del evento.

Las 5 unidades didácticas se trabajarán simultáneamente a lo largo de los dos trimestres, a modo de unidades integradas. Se utilizarán para ello la organización de Torneos de debate que se realizarán en el Centro, siguiendo el procedimiento y reglamento del II Torneo de debate educativo de la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía para cuya organización se seguirá la siguiente secuencia:

- 1) Determinación del tema a debatir.
- 2) Concreción de tareas, recursos materiales y humanos.
- 3) Distribución de funciones
- 4) Planificación temporal
- 5) Ejecución
- 6) Autoevaluación o evaluación externa.

2. Metodología

Debido a la situación excepcional provocada por la pandemia y la emergencia sanitaria creada, este módulo se impartirá en régimen de semipresencialidad, de tal forma que los alumnos asistirán a clase una hora presencial, que se dedicarán a aclarar dudas de actividades de la semana anterior, autoevaluación de actividades, propuestas de mejora y principalmente a la celebración de actividades y debates en clase y a avanzar conceptos teóricos que se utilizarán a lo largo de la semana. El resto de sesiones se realizarán de forma telemática.

En las dos sesiones telemáticas el docente propondrá actividades, textos, vídeos, etc para que el alumnado pueda trabajar de forma autónoma, pudiendo conectarse a través de la plataforma Classroom, para la resolución de dudas, puesta en común o explicaciones.

El docente propondrá actividades que los alumnos podrán subir a la plataforma Classroom, Idoceo Connect, Quizizz, Kahoot, etc, de forma que faciliten la labor de evaluar y la obtención de un feedback por parte del alumnado.

La metodología será activa y participativa, siendo el alumnado el protagonista de su propio proceso de enseñanza- aprendizaje y actuando, la docente, como guía en este proceso. Se propondrán actividades individuales y grupales de clase de entre 1 y 3 sesiones de duración y trabajos más extensos y de mayor complejidad, generalmente en pequeños grupos (3-5 personas) que abarcarán más de dos semanas.

3. Resultados del aprendizaje

En la tabla que se muestra a continuación, aparecen relacionados los objetivos, competencias y resultados de aprendizaje correspondientes al módulo "Relaciones Públicas y Organización de Eventos". Las Horas de Libre Configuración van a apoyar, particularmente, la adquisición de competencias personales y sociales, a través de la aplicación práctica de los contenidos del módulo al que están adscritas.

RELACIÓN DE COMPETENCIAS, OBJETIVOS GENERALES Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL MÓDULO "RELACIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS". Aparecen en negrita los reforzados en las Horas de Libre Configuración.

COMPETENCIA GENERAL	Definir y efectuar el seguimiento de las políticas de marketing basadas en estudios comerciales y en promocionar y publicitar los productos y/o servicios en los medios y soportes de comunicación adecuados, elaborando los materiales publipromocionales necesarios.	
Competencias PPS	Objetivos Generales	Resultados de Aprendizaje
f) Diseñar la política de relaciones públicas de la empresa y organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación , interpretando el briefing, contratando proveedores, actores y agentes, asistiendo, dirigiendo y supervisando los eventos , para cumplir con lo establecido en la política de comunicación del plan de marketing.	h) Definir los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa u organización, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing, para diseñar la política de relaciones públicas de la empresa. i) Relacionar y coordinar a los distintos proveedores, actores y agentes intervinientes, dirigiendo y supervisando el evento según el protocolo establecido y resolviendo las incidencias de forma proactiva , para organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación.	1. Establece los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa, cumpliendo con lo establecido en la estrategia de comunicación del plan de marketing. 2. Caracteriza la organización de eventos de marketing, determinando los plazos y la forma de realización de acuerdo al briefing, a los criterios y al presupuesto establecidos en el plan de marketing. 3. Define el plan de relaciones con proveedores, actores y agentes participantes en un evento de marketing, cumpliendo condiciones, plazos y presupuesto previstos. 4. Determina las normas de protocolo y ceremonial para la celebración de eventos de marketing y comunicación, programando la intervención de los asistentes y determinando

		<p>su tratamiento protocolario durante la celebración del evento.</p> <p>5. Determina las actitudes y aptitudes que hay que adoptar en la asistencia, coordinación y supervisión de los eventos de marketing, cumpliendo las normas de protocolo y diferenciación jerárquica.</p>
<p>l) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales, manteniendo actualizados los conocimientos científicos, técnicos y tecnológicos relativos a su entorno profesional, gestionando su formación y los recursos existentes en el aprendizaje a lo largo de la vida y utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.</p> <p>m) Resolver situaciones, problemas o contingencias con iniciativa y autonomía en el ámbito de su competencia, con creatividad, innovación y espíritu de mejora en el trabajo personal y en el de los miembros del equipo.</p> <p>n) Organizar y coordinar equipos de trabajo con responsabilidad, supervisando el desarrollo del mismo, manteniendo relaciones fluidas y</p>	<p>o) Analizar y utilizar los recursos y oportunidades de aprendizaje relacionados con la evolución científica, tecnológica y organizativa del sector y las tecnologías de la información y la comunicación, para mantener el espíritu de actualización y adaptarse a nuevas situaciones laborales y personales.</p> <p>p) Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.</p> <p>q) Tomar decisiones de forma fundamentada, analizando las variables implicadas, integrando saberes de distinto ámbito y aceptando los riesgos y la posibilidad de equivocación en las mismas, para afrontar y resolver</p>	<p>RA1, RA2, RA3, RA4, RA5 y RA6</p>

<p>asumiendo el liderazgo, así como aportando soluciones a los conflictos grupales que se presenten.</p> <p>ñ) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad, utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados y respetando la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.</p> <p>o) Generar entornos seguros en el desarrollo de su trabajo y el de su equipo, supervisando y aplicando los procedimientos de prevención de riesgos laborales y ambientales, de acuerdo con lo establecido por la normativa y los objetivos de la empresa.</p> <p>r) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.</p>	<p>distintas situaciones, problemas o contingencias.</p> <p>r) Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación en contextos de trabajo en grupo, para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo.</p> <p>s) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.</p> <p>u) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias, para dar respuesta a la accesibilidad universal y al «diseño para todos».</p> <p>w) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.</p> <p>t) Evaluar situaciones de prevención de riesgos laborales y de protección ambiental, proponiendo y aplicando medidas de prevención personales y colectivas, de acuerdo con</p>	
---	---	--

	<p>la normativa aplicable en los procesos de trabajo, para garantizar entornos seguros.</p> <p>x) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales, para participar como ciudadano democrático.</p>	
<p>p) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de «diseño para todos», en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.</p>	<p>v) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.</p>	<p>6. Evalúa los resultados del desarrollo de distintos tipos de actos y eventos de marketing, elaborando informes de control.</p>



4. Materiales y recursos didácticos.

El texto del módulo “Relaciones Públicas y Organización de Eventos” servirá de guía para incidir en los contenidos a reforzar y ampliar.

Para cada una de las actividades y proyectos serán necesarias también:

- Las Nuevas Tecnologías (móviles, ordenadores, conexión a Internet, programas de diseño y edición, impresora...)
- Material de papelería (cartulinas, folios A3, material de rotulación...).
- Enlaces a artículos y notas de prensa, así como de otros manuales, para procurar la interdisciplinariedad.
- Videos de youtube, y de distintas webs.
- Reglamento de debates, infografías y manuales de debates facilitados por el docente.

5. Evaluación.

5.1. Criterios de evaluación.

Los criterios de evaluación responden a la pregunta: ¿qué evaluar? Establecen el tipo y grado de aprendizaje que se espera que el alumnado haya alcanzado en un momento determinado y respecto a los resultados de aprendizaje indicados.

A través de los criterios de evaluación se seleccionan los aprendizajes básicos de la materia necesarios para aprendizajes posteriores.

A continuación, se expone la ponderación de los mismos y las unidades de trabajo asociadas para su valoración, aspectos ambos procedentes de la programación de "RRPP y Organización de Eventos", a trabajar y evaluar dentro de las Horas de Libre Disposición:

RA1. Establece los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa, cumpliendo con lo establecido en la estrategia de comunicación del plan de marketing.		Pondera: 5%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	%	Unidad/es de Trabajo asociada/s
a) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas como instrumento de comunicación de la empresa.	5%	1, 2
b) Se han clasificado los tipos de instrumentos de relaciones públicas, según el ámbito en el que se desarrollan y los destinatarios a los que se dirigen.	10%	1
d) Se ha analizado la vinculación de las relaciones públicas con los medios de comunicación.	10%	1
e) Se ha seleccionado el instrumento de relaciones públicas más adecuado al cumplimiento de los objetivos planificados.	30%	1, 2
f) Se ha planificado la estrategia para optimizar una campaña de relaciones públicas.	45%	1

RA2. Caracteriza la organización de eventos de marketing, determinando los plazos y la forma de realización de acuerdo al briefing, a los criterios y al presupuesto establecidos en el plan de marketing.		Pondera: 35%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	%	Unidad de Trabajo asociada
a) Se han diferenciado los tipos de eventos utilizados habitualmente en las acciones de marketing y comunicación en función de sus objetivos y del público al que se dirigen.	10%	3
b) Se han identificado los recursos, lugar, equipos, instalaciones y medios necesarios, para la realización de un determinado tipo de evento.	30%	3
d) Se han determinado las fases y actividades que han de realizarse en un determinado evento.	20%	3

e) Se ha elaborado el programa, calendario y cronograma general de un evento de marketing y comunicación.	20%	3
f) Se han establecido los plazos y la forma de difusión del evento, utilizando herramientas y técnicas de comunicación online y offline.	20%	3

RA3. Define el plan de relaciones con proveedores, actores y agentes participantes en un evento de marketing, cumpliendo condiciones, plazos y presupuesto previstos.	Pondera: 5%	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	%	Unidad de Trabajo asociada
a) Se han identificado los proveedores necesarios para la realización de un evento de marketing.	40%	3
b) Se han evaluado ofertas de proveedores de eventos en función de criterios de precio, servicios añadidos y condiciones de prestación, entre otros.	60%	3

RA4. Determina las normas de protocolo y ceremonial para la celebración de eventos de marketing y comunicación, programando la intervención de los asistentes y determinando su tratamiento protocolario durante la celebración del evento.	Pondera: 5%	
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	%	Unidad de Trabajo asociada
a) Se ha identificado el protocolo y ceremonial adecuado al tipo de evento de marketing.	10%	4
b) Se ha establecido el orden de precedencia de los asistentes al evento, según la normativa oficial, usos y costumbres del sector, rango y representación institucional de los asistentes, criterios de la organización y programa del evento.	20%	4
c) Se ha determinado el tratamiento protocolario a los asistentes a un evento, de acuerdo con la jerarquía, rango y representación institucional.	20%	4
d) Se ha programado la intervención de los asistentes, intervinientes, representantes de los medios u otros agentes, de acuerdo con el protocolo, orden establecido y usos.	25%	4
e) Se ha seleccionado el lugar de colocación y situación de elementos, paneles, carteles, escudos, banderas oficiales o de la	25%	4

organización, de acuerdo con la normativa vigente y el protocolo empresarial.		
---	--	--

RA5. Determina las actitudes y aptitudes que hay que adoptar en la asistencia, coordinación y supervisión de los eventos de marketing, cumpliendo las normas de protocolo y diferenciación jerárquica.		Pondera: 40%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	%	Unidad de Trabajo asociada
a) Se ha analizado la importancia de una atmósfera positiva y una actuación educada y amable en el desarrollo de un evento.	20%	4
b) Se han analizado los aspectos más importantes de la imagen personal en la celebración de actos y eventos de marketing.	20%	4
c) Se han analizado los errores más frecuentes en las actitudes y aptitudes de los actores y agentes participantes en un evento.	10%	4
d) Se han aplicado técnicas de comunicación verbal y no verbal según unas pautas y protocolo definido.	50%	4

RA6. Evalúa los resultados del desarrollo de distintos tipos de actos y eventos de marketing, elaborando informes de control.		Pondera: 10%
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:	%	Unidad de Trabajo asociada
b) Se han identificando las incidencias y problemas más habituales en el desarrollo de eventos de marketing y las posibles medidas para subsanarlos.	40%	5
d) Se han identificado los aspectos que indican el nivel de satisfacción de los públicos objetivos.	30%	5
e) Se ha redactado un informe de evaluación de resultados a partir de los resultados de un cuestionario de satisfacción y los datos de la ejecución de un evento.	30%	5

5.2. Procedimiento de evaluación.

La evaluación debe ser un proceso constante para detectar los problemas cuando se produzcan y poder darle respuesta inmediata. Aspecto importante, a tener en cuenta, es que los procesos de aprendizaje son individuales, es decir que cada individuo tiene los suyos y además no son invariables, sino que en cada momento, debido a circunstancias diferentes, pueden ser modificados.

Respecto al cuándo evaluamos, diferenciamos:

- **Evaluación inicial:** cuando se aplica al comienzo del curso o antes de iniciar una nueva unidad de trabajo o bloque de contenidos. Tiene un carácter diagnóstico y pronóstico.
- **Evaluación formativa:** la que se realiza durante el proceso de aprendizaje, permite ver el progreso en el aprendizaje. Permite un permanente feed-back para el profesor y coincidiría con el concepto de evaluación continua. La importancia de esta evaluación es capital puesto que nos permitirá conocer cuáles son los aspectos que necesitamos reforzar del alumno/a para que éste alcance los objetivos propuestos. Asimismo, nos permitirá conocer que otros objetivos se han alcanzado, esto será comunicado al alumno para que se sienta motivado.
- **Evaluación sumativa,** también llamada **Evaluación Final,** la que se realiza como compendio de todas las evaluaciones formativas y valora el grado de consecución de las competencias y alcance de los resultados de aprendizaje antes de concluir el curso escolar.

5.3. Instrumentos de evaluación.

Para evaluar el grado de consecución de los resultados de aprendizaje del alumnado tendremos que basarnos en los diferentes instrumentos de evaluación, que son técnicas, recursos o procedimientos que se utilizarán para obtener información acerca de todos los factores que intervienen en el proceso formativo con la finalidad de poder llevar a cabo en cada momento la evaluación correspondiente. Básicamente usamos cuatro:

- **Observación:** comportamientos, valores, actitudes, nivel de integración.
- **Análisis de las realizaciones del alumnado:** ejercicios, trabajos individuales, trabajos en equipo. Durante el curso, el alumno realizará varios proyectos en grupo a la vez que irá llevando a cabo actividades individuales durante las unidades y al finalizar cada una de ellas.
- **Análisis de las exposiciones:** Los trabajos realizados conllevan una puesta en común con el resto de compañeros.

Todo el alumnado será informado al inicio del curso de los criterios de evaluación, así como de los requisitos mínimos exigibles para obtener una calificación positiva.

5.4. Criterios de calificación.

Para obtener las calificaciones tanto de las evaluaciones parciales como de la final, nos regiremos por lo establecido en el **artículo 3, punto 3 de la orden de ORDEN de 29 de septiembre de 2010**, por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

"Al término del proceso de enseñanza-aprendizaje, el alumnado obtendrá una calificación final para cada uno de los módulos profesionales en que esté matriculado. Para establecer dicha calificación los miembros del equipo docente considerarán el **grado y nivel de adquisición de los resultados de aprendizaje** establecidos para cada módulo profesional, de acuerdo con sus correspondientes criterios de evaluación y los objetivos generales relacionados, así como de la competencia general y las competencias profesionales, personales y sociales del título, establecidas en el perfil profesional del mismo **y sus posibilidades de inserción en el sector profesional y de progreso en los estudios posteriores a los que pueda acceder.**"

Para ello, procedemos ponderando cada criterio de evaluación en función de su mayor o menor contribución a alcanzar el resultado de aprendizaje.

La **calificación** del módulo se obtendrá de la suma de las notas de todos los resultados de aprendizaje.

Se puntuará de 1 a 10. Se considerarán aptos los alumnos con calificaciones iguales o superiores a cinco puntos y no aptos, los que tengan puntuaciones inferiores a 5.

5.5. Recuperación.

Se estudiará caso por caso el alumnado que no ha alcanzado alguno de los resultados de aprendizaje y, para el mismo, se ofertará un plan de recuperación individualizado.



Anexo I

	ADAPTACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN PARA EL CASO DE DOCENCIA TELEMÁTICA POR CONFINAMIENTO	CURSO 2020-2021

	PROGRAMACIÓN PRESENCIAL	PROGRAMACIÓN TELEMÁTICA
METODOLOGÍA	<p>Se propondrán actividades individuales y grupales de clase de entre 1 y 3 sesiones de duración y trabajos más extensos y de mayor complejidad, generalmente en pequeños grupos (3-5 personas) que abarcarán más de dos semanas.</p> <p>Contaremos con una clase presencial para aclarar dudas y presentar trabajos y otras dos telemáticas a través de la plataforma Classroom.</p>	<p>Se seguirá la metodología utilizada para la parte telemática de la enseñanza Semipresencial.</p>
INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN y CALIFICACIÓN	<p>Observación: comportamientos, valores, actitudes, nivel de integración.</p> <p>Análisis de las realizaciones del alumnado: ejercicios, trabajos individuales, trabajos en equipo. Durante el curso, el alumno realizará varios proyectos en grupo a la vez que irá llevando a cabo actividades individuales durante las unidades y al finalizar cada una de ellas.</p>	<p>Se utilizarán los mismos instrumentos utilizados en la parte telemática de la enseñanza Semipresencial. Además se podrán realizar pruebas de evaluación a través de Idoceo Connect, Quizizz, formularios de Google, etc.</p>

	Análisis de las exposiciones: Los trabajos realizados conllevan una puesta en común con el resto de compañeros.	
ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	Existe alumnado con ritmos de aprendizaje diferentes debido a esto se proporcionará actividades diferentes para atender a alumnado con debilidades y ampliar conocimientos y aptitudes de los más avanzados.	Se tendrán en cuenta el acceso a dispositivos electrónicos y conexión a internet. Existe alumnado con ritmos de aprendizaje diferentes debido a esto se proporcionará actividades diferentes para atender a alumnado con debilidades y ampliar conocimientos y aptitudes de los más avanzados.
SUPERACIÓN DE MATERIAS PENDIENTES DE CURSOS ANTERIORES.	No procede	