



PROGRAMACIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING

**2º Ciclo Formativo de Grado Superior
Marketing y Publicidad
Grupo**

**DEPARTAMENTO DE COMERCIO
I.E.S. LAS SALINAS
SAN FERNANDO (CÁDIZ)
CURSO: 2020/2021**

1. Contenidos.

1.1. Contenidos del Módulo.

Objetivos e instrumentos de las relaciones públicas (RRPP) de la empresa:

- Las RRPP dentro de la estrategia de comunicación de la empresa.
- Concepto y fines de las relaciones públicas.
- Relaciones públicas e imagen corporativa.
- Diseño del manual corporativo de relaciones públicas.
- Fases de las relaciones públicas.
- Responsabilidad social corporativa.
- RRPP y opinión pública.
- Publicidad Institucional.
- Tipología de las acciones de relaciones públicas: según el ámbito y según los objetivos.
- La vinculación de las relaciones públicas con los medios de comunicación.
- La organización de eventos dentro de las relaciones públicas de la empresa.

Caracterización de la organización de eventos de marketing:

- Tipos de eventos: actos empresariales y actos sociales.
- Ferias, actos promocionales, actos institucionales, congresos, recepciones, ruedas de prensa, patrocinios y otros eventos.
- Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos.
- Técnicas de organización de eventos. Gestiones y tareas del organizador: programa del evento, calendario y cronograma.
- Publicación y difusión del evento.
- Normativa aplicable, permisos y licencias para la celebración del evento.
- Prácticas habituales en la organización de eventos de marketing y comunicación.
- Selección y negociación de ofertas de proveedores de eventos.
- Contrato de prestación de servicios o alquiler de medios.

Determinación del plan de relaciones con proveedores, actores y agentes:

- Espacios requeridos para la celebración de eventos:
 - Palacios y centros de congresos.
 - Recintos feriales.
 - Hoteles.
 - Recintos singulares u otros, y sus accesos.
- Tipología de proveedores de servicios necesarios para la celebración de eventos:
 - Hostelería y restauración.
 - Reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones.

- Diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales.
- Traducción.
- Acceso a la sede y transportes internos colectivos. Gestión y control de los accesos y seguridad.
- Montajes de stands y exposiciones.
- Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos.
- Animación cultural y producción de espectáculos.
- Evaluación de ofertas de proveedores de servicios, atendiendo a distintos criterios.
- Coordinación de recursos y proveedores.
- La seguridad en la organización de eventos. Estrategias de seguridad.
- Aplicaciones informáticas en la gestión de eventos.

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

- Tipos de actos y eventos según su protocolo.
- Protocolo empresarial.
- Ceremonial y protocolo institucional.
- Normas y usos habituales.

Coordinación y supervisión de los eventos de marketing:

- Comportamiento y desarrollo de eventos de marketing y comunicación.
- La imagen personal.
- Actitudes y aptitudes de los agentes y participantes en un evento.
- Técnicas de comunicación verbal y no verbal.
- Los eventos como elementos de transmisión de imagen y valores corporativos.

Elaboración de informes de control y evaluación de eventos:

- Supervisión y seguimiento de eventos.
- Control de participantes.
- Calidad en los servicios de gestión del evento.
- Cuestionarios de satisfacción.
- Evaluación de servicios requeridos por los eventos.
- Previsión de las posibles incidencias durante la realización de un evento.
- Memoria técnica y económica del evento.
- Aplicaciones informáticas de gestión de calidad de eventos.

1.2. Secuencia y distribución temporal de unidades de trabajo.

El módulo de RR.PP se imparte en el segundo curso del ciclo de grado superior de Publicidad y Marketing, está compuesto de 9 Unidades de Trabajo con una duración de 84 horas. El 75% de las horas se realizan en modo telemática, de manera que 2 horas semanales será presenciales y otras 2 horas serán en sesiones online. La secuenciación y temporalización que se propone es la siguiente:

| 1º Trimestre | |
|---|--|
| U.T. 1 La RR.PP. en la empresa | |
| U.T. 2 Fases de las RR.PP | |
| U.T. 3 La proyección corporativa de la empresa | |
| U.T. 4 Organización de eventos | |
| U.T. 5 Espacios y servicios necesarios para la celebración de eventos | |
| U.T. 6 Evaluación de ofertas de proveedores de eventos | |
| 2º Trimestre | |
| U.T. 7 Protocolo y ceremonial en los actos y eventos de marketing | |
| U.T. 8 Coordinación de los eventos de marketing | |
| U.T. 9 Control y evaluación de los eventos y de los servicios utilizados en su realización. | |

En cualquier caso, la temporalización propuesta estará en función de los imprevistos y de la capacidad de aprendizaje y comprensión del alumnado, siendo flexible y pudiendo ser adaptada a las necesidades que surjan a lo largo del curso.

El seguimiento de la temporalización se registrará cada semana en el cuaderno del profesor, así como las posibles desviaciones y las soluciones adoptadas.

1.3. Contenidos de carácter transversal.

La educación en valores constituye un eje conductor de la actividad escolar, que, sin formar parte concreta del currículo, impregna a todo éste y forma parte y es pilar del sistema educativo, contribuyendo así al desarrollo personal y social del alumnado.

La LEA establece en su artículo 39 la **Educación en Valores**, que las actividades de las enseñanzas, en general, el desarrollo de la vida de los centros y el currículo tomarán en consideración como elementos transversales el *fortalecimiento del respeto de los derechos humanos y de las libertades*

fundamentales y los valores que preparan al alumnado para asumir una vida responsable en una sociedad libre y democrática.

Por otro lado, en su artículo 40 sobre **Cultura Andaluza**, la LEA establece que el currículo deberá contemplar la presencia de contenidos y de actividades relacionadas con el medio natural, la historia, la cultura y otros hechos diferenciadores de Andalucía.

Junto a los contenidos ya expuestos y con el fin de proporcionar a nuestros alumnos y alumnas una educación en valores tales como la solidaridad, el respeto y la tolerancia, se tratarán en este módulo los siguientes temas transversales:

Educación del Consumidor: El consumo está presente en nuestra sociedad y ha llegado a unos puntos de usar y acumular productos que no son necesarios de forma automática e irreflexiva por falta de educación. Es necesario dotar a los alumnos de instrumentos de análisis hacia el exceso de consumo de productos innecesarios y concienciar a los alumnos de que las elecciones de los productos deben hacerse por características, funcionalidad y calidad, y no sólo por la publicidad de las marcas

Educación Vial: Es un tema tratado en los contenidos de prevención de riesgos laborales. Mentalizar al alumnado sobre el conocimiento, aceptación y cumplimiento de las normas de tráfico. En los últimos tiempos, los **accidentes in itinere** son la **segunda causa de mortalidad laboral** en nuestro país, tras los infartos y los derrames cerebrales.

Educación para la paz: En el instituto conviven muchas personas con intereses no siempre similares por lo que es un lugar idóneo para aprender actitudes básicas de convivencia: solidaridad, tolerancia, respeto a la diversidad y capacidad de diálogo y de participación social.

Educación moral y cívica: La dimensión moral promueve pensar y actuar acorde con unos valores democráticos, solidarios y participativos, y la cívica incide sobre estos mismos valores en el ámbito de la vida cotidiana. Asumir la importancia de actuar de forma ética y cívica en el lugar de trabajo, tanto como empresario, como trabajador. Valorar el trabajo como medio de autorrealización personal, como actividad productiva y como medio para transformar y mejorar la realidad.

Educación ambiental: los alumnos y alumnas tienen que conocer los problemas ambientales y las soluciones individuales y colectivas que pueden ayudar a mejorar nuestro entorno. Hay que fomentar la participación solidaria personal hacia problemas ambientales que están degradando nuestro planeta a un ritmo preocupante.

Educación para la salud: en la escuela hay que crear desde la infancia unos hábitos de higiene física, mental y social que desarrollen la autoestima y mejoren la calidad de vida.

Educación para la igualdad de oportunidades entre ambos sexos: La constitución española comienza con el derecho a la igualdad sin distinción de sexos, razas, o creencias. Sin embargo, las discriminaciones derivadas de la pertenencia a un determinado sexo femenino son de tal envergadura social que justifica plenamente su entidad como tema propio. ***Las mujeres dejarán de estar marginadas en la medida en que todas las personas sean educadas para ello.***

Cultura andaluza: Lo que se pretende con este tema transversal es que el profesorado utilice la cultura andaluza como un elemento habitual en la práctica educativa, permitiendo la integración de los alumnos y alumnas en la realidad de Andalucía.

La educación en valores se tratará en las diferentes unidades didácticas cuando los contenidos puedan ser relacionados con éstos, para ello se incorporarán actividades que los desarrollen, utilizando recursos relacionados con los contenidos del módulo.

También se aprovecharán los días conmemorativos que se relacionan con estos temas transversales, para la realización de actividades, entre los que se encuentran:

- Día Internacional contra la violencia hacia las mujeres- 25 de noviembre.
- Día de la Constitución Española- 6 de diciembre.
- Día por la no violencia y por la Paz- 30 de enero.
- Día de Andalucía - 28 de febrero.
- Día de la Mujer Trabajadora - 8 de marzo.
- Día Mundial de la Salud - 7 de abril de 2010.
- Día Internacional del Trabajador -1 de mayo.
- Día Mundial del Medio Ambiente - 5 de junio.

Es preciso recordar que los jóvenes aprenden con el ejemplo. Es por ello que los docentes tenemos el deber de dar ejemplo en nuestra forma de relacionarnos con los demás, de pedir las cosas, de cooperar, de ayudar a los demás, de defender, de reclamar, de tolerar y aceptar. La responsabilidad que tiene el profesorado en la transmisión de los valores en los jóvenes es crucial. Es por ello que debemos ser tolerables, comprensivos y respetuosos para que los jóvenes así lo sean.

2. Metodología.

GENERALIDADES

A continuación, destacamos algunas de las características de la Metodología que se va a emplear para lograr un correcto desarrollo de la Programación:

- **ACTIVA:** Casi todas las actividades las deben realizar los alumnos/as de forma autónoma. El profesor, en estos casos, se limita a: introducir los temas, facilitar la información adecuada, colaborar con los alumnos/as en la puesta en acción de una actividad determinada o moderar debates. El trabajo de los alumnos/as deberá ser de tipo:
 - Individual a través de la realización de esquemas-resumen de las unidades didácticas, realización de actividades diversas, y recogida de información.
 - En Equipo para la realización de distintos procedimientos de variada naturaleza.
- **PARTICIPATIVA:** Casi todas las actividades diseñadas implican participación, la mayor parte de las veces en equipo, y en ocasiones en debates con la directa participación de todo el grupo-clase. Se realizará una actividad previa en la que el profesor expone la forma correcta de realizarlos.
- **DEMOCRÁTICA:** Muchas de las decisiones deben tomarse por mayoría, teniendo en cuenta las propuestas hechas con anterioridad, de forma individual o en grupo.
- **FOMENTADORA DE LA TOLERANCIA:** En las actividades grupales y en los debates de tipo general se propiciará un clima de tolerancia y de respeto hacia las ideas ajenas.
- **ATENDIENDO A LOS TEMAS TRANSVERSALES Y A LA EDUCACIÓN EN VALORES:** En la metodología a emplear se deben utilizar herramientas adecuadas que atiendan y consideren los Temas Transversales y la Educación en Valores.

LÍNEAS DE ACTUACIÓN EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

En el Anexo I de la Orden de currículo se recogen las líneas de actuación a seguir en este módulo y que deberemos tener en cuenta a la hora de programar nuestras actividades de enseñanza-aprendizaje y de responder a la cuestión básica de "cómo enseñar".

- Identificación de los recursos, lugar, equipos, medios necesarios, permisos y licencias para la realización de un determinado tipo de evento.
- Elaboración del programa, calendario y cronograma general de un evento.
- Fijación de los plazos y forma de difusión del evento.
- Selección de un proveedor de eventos.

- Gestión del alquiler o contratación de un lugar y medios para la celebración de un evento.
- Coordinación de servicios complementarios al evento.
- Fijación del orden de precedencia de los asistentes al evento y tratamiento protocolario de los asistentes al mismo.
- Programación de la intervención de los asistentes a un evento de acuerdo con el protocolo.
- Selección del lugar de colocación y situación de elementos, paneles, carteles, escudos, banderas, de acuerdo con la normativa y el protocolo empresarial.
- Utilización de técnicas de comunicación verbal y no verbal según unas pautas y protocolo definido.
- Identificación de las incidencias más habituales en un evento y formas de resolverlas.
- Valoración del nivel de satisfacción del público objetivo del evento.
- Elaboración de un informe de evaluación de resultados del desarrollo del evento.
- Utilización de herramientas informáticas para la organización y evaluación de eventos.

Estas líneas de actuación deben fundamentarse desde el enfoque de "aprender- haciendo", a través del diseño de actividades que proporcionen al alumnado un conocimiento real de las Relaciones Públicas en las empresas y la organización de eventos de marketing.

INTERVENCIÓN DEL PROFESOR

En general se puede proceder de este modo:

- Introducción general de la unidad didáctica correspondiente con intenciones motivadoras, planteando un supuesto y abriendo un debate.
- Explicación del conjunto de la unidad mostrando los conceptos fundamentales. Es muy útil ofrecer en cada unidad a los alumnos/as esquemas
- Planteamiento de cuestiones y supuestos prácticos que permitan a los alumnos/as aplicar conocimientos previamente adquiridos.
- Libertad para preguntar e intervenir en el aula dentro de las normas de respeto mutuo.
- Debates sobre cuestiones concretas referentes a las unidades para que los alumnos/as expresen sus opiniones sobre las mismas.
- Realización y exposiciones de trabajos por parte de los alumnos/as.

En las decisiones relativas al cómo enseñar los contenidos señalados, se procurará diversificar las estrategias didácticas con objeto de aproximarnos a los principios del aprendizaje significativo, intentando con el alumno/a:

- Partir del nivel de desarrollo del alumno/a y de sus aprendizajes previos. Procurar la funcionalidad de los aprendizajes.

- Desarrollar la capacidad de aprender por sí mismos, que sean capaces de realizar aprendizajes significativos por sí solos (aprender a aprender).
- Promover la interacción en el aula como motor de aprendizaje.
- Proporcionar situaciones de aprendizaje que exijan una intensa actividad mental del alumno/a que lleve a reflexionar y justificar sus actuaciones.

PROPUESTA DE ACTIVIDADES A DESARROLLAR. GENERALIDADES.

Las actividades de los alumnos/as son necesarias para conseguir el desarrollo de las actividades programadas. De modo genérico distinguimos las siguientes:

- De introducción motivación: se realizarán básicamente en la primera sesión de trabajo. Se dirigirán a promover el interés del alumnado, intentando conectar con sus intereses.
- De desarrollo: se dirigen a adquirir los conocimientos programados. Se elaborará un cuestionario sencillo para detectar los conocimientos previos, errores conceptuales, nivel de vocabulario, etc. Aclaradas las dudas surgidas, se podrán realizar actividades de consolidación, a través de la realización por los alumnos/as de mapas conceptuales, estrategias de resolución de casos, etc. Lo que permite comprobar el estado del proceso de aprendizaje y la capacidad de los alumnos/as para transferir conocimientos.
- De ampliación y recuperación: para atender a la personalización e individualización de la enseñanza deberán establecerse, si fuera necesario, actividades de ampliación para aquellos alumnos/as que superen con facilidad las propuestas de trabajo ordinarias dirigidas al grupo. Además, se programarán actividades de recuperación para aquellos alumnos/as que tengan dificultad para seguir el ritmo del grupo.

ORGANIZACIÓN DE LOS ALUMNOS/AS

Las actividades de enseñanza-aprendizaje serán planteadas al alumnado, por separado o agrupadas en bloques en función de los contenidos a aprender. El alumnado, individualmente, en parejas o en pequeños grupos, las resuelven y anotan en su cuaderno tanto las soluciones como los procedimientos y estrategias que han seguido para llegar a la misma, así como aquellas posibles dudas o incidencias que puedan surgir.

Durante este tiempo el profesor observará las distintas soluciones que van saliendo en la clase o las distintas formas de resolver las cuestiones que sigue el alumnado con el objeto de poder dirigir mejor la discusión posterior de las actividades. Durante esta fase de resolución se proporcionará las ayudas que se

estimen necesarias al alumno/a o grupos de ellos/as que se encuentren ante algún bloqueo que impida continuar la tarea encomendada.

Generalmente se hará a través de preguntas dirigidas al alumnado que les hagan reflexionar sobre los pasos o planteamientos incorrectos que puedan haber dado. Excepcionalmente, cuando se observe algún obstáculo que es común al conjunto de la clase, puede interrumpirse el desarrollo de la actividad y dar las orientaciones que se estimen oportunas. Una vez que todos o al menos una amplia mayoría del alumnado haya realizado las actividades propuestas, se procederá a la discusión de las soluciones aportadas.

El profesor actúa de moderador del debate y debe promover discusiones útiles y animadas en las que el alumnado se sienta capaz de intercambiar ideas. Tras la discusión del grupo, el profesor destacará las conclusiones más importantes de la actividad o bloque de actividades realizadas poniendo de relieve los principales conceptos y la terminología que se ha utilizado, y recogiendo el alumnado estos aspectos en sus cuadernos de trabajo.

Algunas tareas deberán ser resueltas como tarea para casa para ser discutidas en la clase o clases siguientes, pudiendo en algunos casos el profesor recoger las soluciones, para poder analizarlas más detenidamente y evaluarlas.

Idoneidad de la metodología planteada según características del grupo.

Según la evaluación inicial y el desarrollo del curso, podemos destacar las siguientes conclusiones:

- Se trata de un alumnado heterogéneo. Con diferentes niveles de conocimientos previos.
- El módulo de Relaciones Públicas y Organización de Eventos de Marketing se centra en una materia bastante técnica relacionada con la planificación de medios. En general, el alumnado no presenta conocimientos altos en este aspecto, pero si en los conocimientos previos y básicos introductorios al módulo.
- Los alumnos han mostrado un alto interés en la materia que se refleja en una alta participación e interés en sus resultados.
- Por las características del grupo, me parece acertado el planteamiento de la metodología basado en el trabajo en grupo y actividades que requieren un alto esfuerzo e involucración de los alumnos/as.
- Se utilizarán instrumentos de motivación para conseguir un mayor aprovechamiento del interés del grupo y potencias su aprendizaje. Por ejemplo, mediante la participación en la plataforma Classroom a través de artículos, e informaciones en general que sea de interés para el alumnado. Estas acciones se valorarán como parte del porcentaje de participación en los criterios de calificación.

Debido a la situación sanitaria actual, del Departamento de Comercio y Marketing ha decidido realizar un porcentaje de las horas de los módulos en formato telemático. En este módulo en concreto, las horas se reparten al 50% y 50%, de manera que los alumnos tendrán 2 horas presenciales y otras 2 horas a distancia, semanalmente. Esto supone, por tanto, un uso y dominio aún mayores de las tecnologías de la información, tanto por parte del profesorado como de alumnado.

3. Resultados de aprendizaje

| | |
|---|-----------------|
| 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: 20% |
| RA2. Caracteriza la organización de eventos de marketing, determinando los plazos y la forma de realización de acuerdo al <i>briefing</i> , a los criterios y al presupuesto establecido en el plan de marketing. | Pondera: 20% |
| RA3. Define el plan de relaciones con proveedores, actores y agentes participantes en un evento de marketing, cumpliendo condiciones, plazos y presupuesto previstos. | Pondera:15% |
| 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: 15% |
| 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: 15% |
| RA6. Evalúa los resultados del desarrollo de distintos tipos de actos y eventos de marketing, elaborando informes de control. | Pondera: 15% |