



***ESCUELA SUPERIOR DE
HOSTELERÍA Y TURISMO.
MADRID.***

***PROGRAMACIÓN
DEL MÓDULO PROFESIONAL
PROTOCOLO Y RELACIONES
PÚBLICAS***

CURSO: 2021/2022

PROGRAMACIÓN DE MÓDULO PROFESIONAL CURSO 2021-2022

Ciclo Formativo

Marcar el ciclo al que pertenece el Módulo

	Clave	Etapa	Denominación	
<input type="checkbox"/>	HOTB01	FPB	Cocina y Restauración	
<input type="checkbox"/>	INAB02	FPB	Actividades de Panadería y Pastelería	
<input type="checkbox"/>	HOTM01	CFGM	Cocina y Gastronomía	
<input type="checkbox"/>	HOTM01	CFGM	Cocina y Gastronomía	(FP Dua
<input type="checkbox"/>	HOTM02	CFGM	Servicios en Restauración	
<input type="checkbox"/>	HOTM02	CFGM	Servicios en Restauración	(FP Dua
<input type="checkbox"/>	HOTS01	CFGS	Gestión de Alojamientos Turísticos	
<input type="checkbox"/>	HOTS02	CFGS	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	
<input type="checkbox"/>	HOTS02	CFGS	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos	(A Distanci
<input type="checkbox"/>	HOTS03	CFGS	Guía, Información y Asistencia Turísticas	
<input type="checkbox"/>	HOTS04	CFGS	Dirección de Cocina	
<input type="checkbox"/>	HOTS05	CFGS	Dirección de Servicios en Restauración	
<input checked="" type="checkbox"/>	HOTS13	CFGS	Gestión de Alojamientos Turísticos + Guía, Información y Asistencia Turísticas	(Doble Títul
<input checked="" type="checkbox"/>	HOTS23	CFGS	Agencias de Viajes y Gestión de Eventos + Guía, Información y Asistencia Turísticas	(Doble Títul
<input type="checkbox"/>	HOTS45	CFGS	Dirección de Cocina + Dirección de Servicios en Restauración	(Doble Títul

Departamento:

Marcar el Departamento correspondiente

- AAEECC
- PRÁCTICAS
- FOL
- FRANCÉS
- FORMACIÓN BÁSICA
- HOSTELERÍA Y TURISMO
- INGLÉS

Jefe de Departamento (nombre y dos apellidos):

MARTA DE FRIAS ALCANTARILLA

Módulo Profesional

Denominación oficial del Módulo (la relación de Módulos Profesionales se encuentra en documento adjunto)

RECURSOS HUMANOS EN EL ALOJAMIENTO

Grupo/s:

Indicar los códigos de los grupos en los que se imparte

(la relación de los grupos y sus códigos se encuentra en documento adjunto)

- de Hostelería:
- de Turismo: 1HOTS13DD 1HOTS23DD

Profesorado del Módulo Profesional

Relacionar el profesorado que imparte el Módulo (nombre y dos apellidos)

1. CRISTINA DE FRANCISCO PANCORBO
2. EVA C. GARCÍA GONZÁLEZ
- 3.

Objetivos del Módulo

Finalidad global de la Programación

Este módulo profesional contiene la formación necesaria para:

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

La formación del módulo se relaciona con los objetivos generales e) y h) del ciclo formativo y permite alcanzar las competencias d), e), f), h) y i) del título.

Contenidos

Desarrollados en unidades didácticas

U.T.1. INTRODUCCION AL PROTOCOLO

- Introducción.
- Definición.
- Origen y evolución.
- Conceptos básicos del protocolo.

- Importancia del dominio del protocolo y proyección de actos en las empresas turísticas.
- Reglas básicas del protocolo.
- Tipos de protocolo.
- Resumen y actividades.

U.T. 2 EL PROTOCOLO INSTITUCIONAL

- Introducción.
- Definición.
- Elementos del protocolo institucional:

U. T. 3 APLICACIÓN DEL PROTOCOLO EMPRESARIAL

- Introducción.
- Definición del protocolo empresarial.
- Objetivos de los actos del protocolo empresarial.
- Tipos de actos:
 - Actos propios.
 - Actos ajenos.

U. T.4 CONDICIONES GENERALES EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

- Diseño y elementos básicos de los actos protocolarios:
 - Reglas básicas del protocolo empresarial.
- La planificación del acto.
 - Programa y cronograma.
 - Confección del presupuesto económico.
 - Recursos para organizar el acto.
- La logística general del acto.
 - Diseño del acto.
 - Forma de invitar.
 - Diseño del protocolo.
 - Documentación.
 - Convocatoria a los medios de comunicación.
 - Sistema de control de invitaciones.
- Ejecución del acto.

- Evaluación del acto.

U. T.5 EL PROTOCOLO SOCIAL.

- Introducción.
- Definición.
- La etiqueta en el vestir.
- Normas básicas del saber estar en la mesa.
 - La organización de la mesa.
 - Formas de servirlos alimentos.
 - Como utilizar los cubiertos.
 - Normas básicas del saber estar y generales.
- Consejos prácticos de comer correctamente.
- Normas y exigencias de protocolo nacional e internacional aplicable al mundo de la empresa y las profesiones.

U. T . 6 LAS RELACIONES PÚBLICAS.

- Introducción.
- Concepto.
- Origen y antecedentes históricos.
- ¿Cómo es el profesional de las relaciones públicas?
- Objetivos de las relaciones públicas.
- El departamento de las relaciones públicas.
 - Personal del departamento de las relaciones públicas.
 - Contratos del personal de relaciones públicas.
- Ética de la profesión de las relaciones públicas.

U. T. 7 APLICACIÓN DE LOS FUNDAMENTOS Y ELEMENTOS DE LAS RELACIONES PUBLICAS.

- Introducción.
- Elementos de las relaciones públicas.
 - El profesional de las relaciones públicas.
 - El mensaje.
 - El público.
- Aplicación de los fundamentos de las relaciones públicas aplicadas al turismo.
 - El público interno

- El público externo.
- La identidad corporativa.
 - Definición.
 - Clasificación.
 - Elementos.
 - Marca y logotipo.
- La imagen corporativa.
 - Identificación y clasificación.
 - Elementos básicos de la imagen visual.
 - Tipos de imagen: Ideal, real y proyectada.
- La imagen del turismo en España.

U. T. 8. LA COMUNICACIÓN.

- Introducción.
- El proceso de comunicación.
 - Elementos de la comunicación.
 - Pasos en el proceso de comunicación.
 - La distorsión en la comunicación.
- La comunicación verbal.
- La comunicación no verbal.
 - Expresión facial.
 - Expresión corporal.
- Habilidades sociales.
- Comunicación en las organizaciones.
 - Tipos de comunicación.
- Tipología de clientes y tipos de comunicación.
- Atención al cliente.
- Actitudes de atención al cliente.

U. T.9 APLICACIÓN DE LOS RECURSOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

- Introducción.
- Instrumentos informativos.

- Orales.
- Escritos o impresos.
- Fotográficos o de imágenes.
- Instrumentos mass media: Prensa, radio y televisión.
- Instrumentos demostrativos y valorativos.
 - Demostrativos:
 - Instrumentos on line. La pagina web.
 - Inauguraciones.
 - Exposiciones y ferias.
 - Visitas.
 - Jornadas de puertas abiertas.
 - Valorativos
 - Manual corporativo de atención al cliente, gestión de quejas y reclamaciones.
 - Sugerencias y quejas.
 - Cartas al director.
 - Encuestas.
 - Cuestionarios de calidad

Tratamiento de los temas transversales

Se desarrollarán durante todo el curso, de forma conjunta y durante el desarrollo de los contenidos conceptuales y procedimentales del módulo.

Los temas transversales tratan de educar en valores al alumnado. Se considera básico, por tanto, que se transmitan una serie de valores dentro de esta programación, son principalmente los siguientes:

- El 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.
- El conocimiento y el respeto a los valores recogidos en la Constitución Española.
- El fomento de la igualdad real y efectiva entre hombres y mujeres.
- Principios básicos de inteligencia emocional aplicados al ámbito laboral.
- Fomento de la lectura a través de diferentes artículos de prensa.
- Respeto al medioambiente.

Temporalización de los contenidos

1ª Evaluación: Unidades 1 a 3

2ª Evaluación: Unidades 4 a 6

3ª Evaluación: Unidades 7 a 9

Actividades Complementarias y Extraescolares

Extraescolares

Complementarias

En un marco donde se puede asegurar su desarrollo, se plantearían actividades relacionadas con los bloques temáticos impartidos, como charlas, debates, visitas a ferias, etc

Recursos

Metodológicos

La metodología será eminentemente participativa, evitando siempre que sea posible las exposiciones prolongadas del profesor.

Utilizaremos la plataforma GSUITE y dentro del espacio destinado para cada clase se subirán explicaciones detalladas de los procedimientos a seguir en cada caso, plazos de entrega, resolución de dudas en foro común y correcciones simultáneas en línea.

El/los trabajo/ejercicios en grupo serán la base para desarrollar las actividades de enseñanza-aprendizaje. En el desarrollo de éstas, se combinarán el método demostrativo y el de descubrimiento. El primero se utilizará siempre que la falta de conocimientos de los alumnos sobre la materia a tratar sea importante, pero prevalecerá, siempre que sea posible, el de descubrimiento. Los trabajos/ejercicios en grupo serán expuestos y sometidos a la crítica y evaluación del resto de los alumnos.

A parte de todo ello, también se desarrollarán:

- Exposiciones a cargo del profesor utilizando recursos materiales y/o tecnológicos.
- Exposición de diferentes cuestiones o trabajos por parte de los alumnos.
- Proyección de vídeos, artículos y otros materiales que refuercen o vertebren las explicaciones del profesor; provocando además la reflexión y el intercambio de opiniones.
- Utilización de la sala de ordenadores.
- Realización de escenificaciones de tipo role play, debates, tormenta de ideas y otros recursos metodológicos.
- Investigación de conceptos relacionados con la materia mediante el uso de las TIC.

Materiales

- Equipo audiovisual en el aula .
- Proyecciones Power Point de los profesores.
- Proyecciones Power Points de alumnos.
- Vídeos.

- Sala de ordenadores para alumnos.
- Se podrán utilizar diferentes libros de texto que vendrán especificados en el apartado de bibliografía.
- Páginas web específicas, revistas especializadas, etc.

Recursos en caso de que la actividad lectiva se desarrolle de forma telemática.

Estrategias. (*¿Qué voy a hacer?*)

Si la actividad lectiva es telemática se realizarán clases por la plataforma GSUITE MEET donde se desarrollaran las clases de la misma manera que en presencial, pero no habrá grupos sino que será el grupo al completo en el horario marcado en las clases presenciales.

Las clases telemáticas se completarán con Actividades de enseñanza - aprendizaje a través de la plataforma GSUITE.

Si la actividad lectiva es telemática las pruebas escritas o exámenes planificadas se realizarán a través de la plataforma Classroom dentro del espacio "Tareas". Los exámenes o pruebas tendrán un tiempo limitado cerrado y 2 respuestas mal restarán una bien. La no presentación a las pruebas de evaluación por causas de avería en el ordenador o error de conexión no darán derecho a recuperación de dicha prueba.

Las pruebas orales, puestas en común y presentaciones se realizarán en el aula si la actividad lectiva es presencial y a través de la plataforma Google Meet si la actividad lectiva es telemática. El trabajo colaborativo se realizará a través de Google Drive.

Recursos metodológicos. (*¿Cómo lo voy a hacer?*)

A través de paquete Gsuite institucional el profesor y los alumnos deberán de tener:

1. Cuenta de correo "gmail" de uso exclusivo para las clases con nombre reconocible.
2. Ordenador con cámara y micrófono y conexión a internet con capacidad suficiente para soportar el volumen de conexión y datos.
3. Manejo de las plataformas Google Classroom y Meet
4. Manejo de Google Drive para fomentar el trabajo colaborativo.

Tic e innovaciones a aplicar. (*¿Qué herramientas voy a utilizar?*)

Debido a su carácter sencillo e intuitivo se va a utilizar las herramientas incluidas en el paquete Gsuite.

Como se ha expresado anteriormente, se hará uso de G. Classroom como aula virtual, manteniendo el contacto con los alumnos, y pudiendo evaluar y calificar sus trabajos y prácticas.

Además de, en caso necesario, poder impartir clase en streaming a través "google meet"

Evaluación

Criterios de la Evaluación Ordinaria

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación

1. Aplica el protocolo institucional, analizando los diferentes sistemas de organización y utilizando la normativa de protocolo y precedencias o ciales.

Criterios de evaluación:

- a. Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional.
- b. Se han determinado los criterios para establecer la presidencia en los actos o sociales.

c. Se han caracterizado los diferentes sistemas de ordenación de los invitados en función del tipo de acto a organizar.

Se ha reconocido la normativa de protocolo y precedencias oficiales del Estado y otras instituciones.

d. Se han realizado los programas protocolarios en función del evento a desarrollar. Se ha caracterizado el diseño y planificación de actos protocolarios.

e. Se han diseñado diferentes tipos de invitaciones en relación con diferentes tipos de acto.

f. Se ha determinado la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.

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.

Criterios de evaluación:

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.

3 Aplica los fundamentos y elementos de las relaciones públicas en el ámbito turístico, seleccionando y aplicando las técnicas asociadas.

Criterios de evaluación:

a. Se han definido los fundamentos y principios de las relaciones públicas

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.

4 Establece comunicación con el cliente relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.

Criterios de evaluación:

- 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 de nido las técnicas de dinamización e interacción grupal.

5. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias describiendo las fases establecidas de resolución para conseguir una correcta satisfacción del cliente. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias, describiendo las fases establecidas

Criterios de evaluación:

- 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.

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

Criterios de evaluación:

- 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.

Crterios de Calificaci3n Ordinaria (*Actividad lectiva presencial en el centro.*)

CRITERIOS DE CALIFICACI3N ORDINARIA

Se aplicar3 la p3rdida de evaluaci3n continua con un 15% de faltas justificadas o no justificadas. El alumno deber3 presentarse con TODA la materia al examen final ordinario, y realizar los trabajos que la profesora considere oportunos.

Si dar3n de cortes3a 10 minutos despu3s de la primera hora lectiva del d3a, en el resto de horas del d3a si el profesor ha cerrado la puerta no se permitir3 la entrada.

La informaci3n del profesor para la evaluaci3n viene dada por los siguientes componentes y su correspondiente % en la nota final (siendo indispensable tener un 5 en cada una de ellas):

1º. Trabajos obligatorios, entrega de los mismos, exposiciones,...(20%).(al mismo % procedimiento y trabajo)
Los alumnos deber3n presentar uno o m3s trabajos a lo largo del curso. La no presentaci3n de estos trabajos en los plazos se3alados por la profesora puede suponer la no superaci3n del M3dulo.

- No se admitir3 la entrega de trabajos fuera de la fecha marcada, por lo que perder3 el derecho a ser calificado en este apartado.

- Para que se realice la media de la evaluaci3n, se deber3n haber presentado todos los ejercicios/actividades/trabajos.

- En los ejercicios/actividades/trabajos adem3s del desarrollo de las mismas, se valorar3n aspectos como la presentaci3n, la ortograf3a, el orden, etc. Estas pautas para la realizaci3n de los trabajos, las facilitar3 el profesor a modo de gui3n para que todos los alumnos las presenten de la misma manera.

- Para la evaluaci3n de dichos trabajos, se les dar3 a los alumnos las siguientes pautas:

La presentaci3n escrita debe:

- Incluir correcci3n ortogr3fica y de puntuaci3n.

- Respetar los m3rgenes izquierdo (3.5 cm) y derecho (3cm) e inferior (2.5 cm) y superior (3cm).

- Formato justificado.

- Incluir encabezado (T3tulo de la actividad) y pie de p3gina (numeraci3n a la derecha)

- Los ep3grafes y/o sub-ep3grafes no deber3n comenzar al final de la p3gina.

- No repetir palabras y/o frases en el mismo p3rrafo (buscar sin3nimos).

- Ser muy esquem3tico.

*Cualquier error en cuanto a estructura de contenidos y presentaci3n, tambi3n se tendr3n en cuenta en la nota del trabajo.

*Los errores graves de ortograf3a tambi3n se tendr3n en cuenta en la nota del trabajo (0,10 puntos cada falta).

* Los trabajos escritos pueden tener tambi3n una presentacion oral que tendr3 tambi3n el mismo %.

2º. Pruebas de conocimientos (70%).

En cada trimestre, la profesora realizar3 las pruebas de conocimientos, escritas, que crea oportunas para las

calificaciones de primera / segunda y tercera evaluación.

Las pruebas versarán en preguntas cortas y/o test y/o desarrollo sobre los temas desarrollados en clase y los trabajos presentados por los alumnos.

- Para ser aplicados estos porcentajes el alumno deberá obtener una calificación mínima de 5 en cada una de las partes.

- La calificación final se situará entre 1 y 10. Si tras la suma de todas las partes que intervienen en la calificación, el resultado obtenido es decimal, quedará a criterio del profesor el cerrar la calificación en el número directamente anterior o posterior.

- No habrá recuperaciones parciales. Se realizará un examen en junio de las evaluaciones pendientes.

- Si un alumno copiara en un ejercicio o examen, cualquiera que fuera el procedimiento, automáticamente suspenderá todo el trimestre e ira a la evaluación final ordinaria.

- Se evaluará el rendimiento de los alumnos de forma continua a lo largo de todo el curso. Para obtener la calificación positiva del módulo es necesario tener aprobadas cada una de las tres evaluaciones. La nota global del curso se obtendrá por la media aritmética de las tres evaluaciones.

LAS PRUEBAS FINALES ORDINARIAS

El examen será presencial y consistirá en preguntas cortas y/o test y/o desarrollo sobre los temas tratados en clase. La calificación mínima deberá ser 5.

Asimismo deberán presentar o haber presentado todos aquellos trabajos que se hayan ido exigiendo a lo largo del curso para que se les pueda evaluar en apartado de trabajos y se les pueda realizar la media del módulo.

Criterios de Calificación Ordinaria en caso de que la actividad lectiva se desarrolle de forma telemática

Se realizará de la siguiente manera:

1. Realizar pruebas teoricas a traves google classroom. Se deberá superar todas con ellas con una puntuación superior o igual a 5 en todas y cada una de ellas. Su valor total del curso será del 70 %

2. Realización de trabajos para reforzar el módulo. La no entrega en tiempo y forma de una o mas actividades supondrá la no superación del módulo. Realizando pruebas de evaluación debiendo superar cada de ellas con una puntuación igual o superior a 5. Su valor total del módulo será de 20 %.

3. Realización de trabajos para reforzar el módulo. La no entrega en tiempo y forma de una o más actividades de refuerzo supondrá la no superación del módulo. Su valor total del módulo será de 10%.

En caso de que el alumno o alumna no pueda realizar alguna de las partes propuestas por el profesor por motivos de causa mayor (enfermedad grave o ingreso hospitalario o cualquier otro motivo justificable que haya podido afectar el seguimiento de las clases), será valorado por el profesor, elevando la propuesta al equipo educativo buscando siempre la fórmula menos lesiva para el alumno y que en ningún caso suponga un agravio comparativo hacia el trabajo y evaluación de los compañeros del curso.

Criterios de Calificación Extraordinaria

Esta evaluación se llevará a cabo en junio del 2023, una vez hayan finalizado el periodo de prácticas en la empresa y será de cada uno de los módulos teóricos no superados.

En la evaluación extraordinaria tendrán que recuperar toda la materia aquellos alumnos que tengan al menos una de las evaluaciones suspensas.

Se hará una RECUPERACIÓN de la evaluación para la parte escrita y para los casos PRÁCTICOS se hará repetir aquellas partes que necesiten mejorar. En estos casos, la nota máxima a obtener será de un 5, tanto

para la parte escrita, como para la parte práctica.

La falta injustificada del día de la prueba extraordinaria conllevará a la pérdida del derecho a la recuperación.

* Si el alumno en la evaluación ordinaria obtuvo una puntuación de un 4 y las notas obtenidas en la empresa son positivas, no deberán presentarse examen, ya que el módulo quedará compensado.

Para que el alumno titule, ha de aprobar tanto los contenidos teóricos en el centro, en cualquiera de las evaluaciones propuestas, así como la FCT. Con las notas obtenidas en el centro y la valoración de la empresa donde realicen la FCT se estimará una puntuación para cada uno de los módulos.

Mínimos exigibles (evaluaciones ordinarias y extraordinarias)

Aplicación del protocolo institucional:

- Protocolo institucional.
- Sistemas de organización de invitados.
- Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas.

Aplicación del protocolo empresarial:

- Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales.
- Identificación del público objetivo y adecuación del acto
- Manual protocolario y de comunicación de una empresa.
- Actos protocolarios empresariales.
- Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.

Aplicación de los fundamentos y los elementos de las relaciones públicas en el ámbito turístico:

- Aplicación y valoración de las relaciones públicas en el ámbito turístico empresarial e institucional.
- Recursos de las relaciones públicas.
- La imagen corporativa.
- La expresión corporal. La imagen personal. Habilidades sociales.
- Tipos de imagen.
- La imagen del turismo español.

Comunicación con los clientes:

- Proceso de la comunicación.
- Comunicación no verbal.
- Comunicación verbal.

- Variables de la atención al cliente.
- Modalidades de atención al cliente.
- Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa.
- Comunicación telefónica y nuevas tecnologías:
 - Comunicación interna y externa
 - Organización, funciones, control y facturación
- Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias:
 - Quejas, reclamaciones y sugerencias.
 - 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.
- Actitudes de atención al cliente:
 - Actitud de servicio al cliente.
 - 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.
- Información al cliente:
 - Información sobre instalaciones, servicios y actividades del establecimiento hotelero.
 - La orden de servicio, la pizarra y otros medios de recepción y transmisión de información.
 - La información sobre los recursos turísticos y profesionales.

Fechas de las pruebas (evaluaciones ordinarias y extraordinarias)

- Evaluación ordinaria: JUNIO DE 2022
- Evaluación extraordinaria: JUNIO DE 2024

Valoración final del alumnado

1. CONCEPTOcarga parcial 70 % de la carga total
2. PROCEDIMIENTOS.....carga parcial 20 % de la carga total
3. ACTITUDEScarga parcial % de la carga total
4. TRABAJOScarga parcial 10 % de la carga total

Actividades formativas del módulo en la empresa

(A CUMPLIMENTAR ÚNICAMENTE PARA MÓDULOS DE *FP DUAL*)

- Introducción.
- Definición.
- Origen y evolución.
- Conceptos básicos del protocolo.
- Importancia del dominio del protocolo y proyección de actos en las empresas turísticas.
- Reglas básicas del protocolo.
- Tipos de protocolo.
- Resumen y actividades.

U.T. 2 EL PROTOCOLO INSTITUCIONAL

- Introducción.
- Definición.
- Elementos del protocolo institucional:

U. T. 3 APLICACIÓN DEL PROTOCOLO EMPRESARIAL

- Introducción.
- Definición del protocolo empresarial.
- Objetivos de los actos del protocolo empresarial.
- Tipos de actos:
 - Actos propios.

- Actos ajenos.

U. T.4 CONDICIONES GENERALES EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

- Diseño y elementos básicos de los actos protocolarios:

- Reglas básicas del protocolo empresarial.

- La planificación del acto.

- Programa y cronograma.

- Confección del presupuesto económico.

- Recursos para organizar el acto.

- La logística general del acto.

- Diseño del acto.

- Forma de invitar.

- Diseño del protocolo.

- Documentación.

- Convocatoria a los medios de comunicación.

- Sistema de control de invitaciones.

- Ejecución del acto.

- Evaluación del acto.

U. T.5 EL PROTOCOLO SOCIAL.

- Introducción.

- Definición.

- La etiqueta en el vestir.

- Normas básicas del saber estar en la mesa.

- La organización de la mesa.

- Formas de servirlos alimentos.

- Como utilizar los cubiertos.

- Normas básicas del saber estar y generales.

- Consejos prácticos de comer correctamente.

- Normas y exigencias de protocolo nacional e internacional aplicable al mundo de la empresa y las profesiones.

U. T . 6 LAS RELACIONES PÚBLICAS.

- Introducción.

- Concepto.
- Origen y antecedentes históricos.
- ¿Cómo es el profesional de las relaciones públicas?
- Objetivos de las relaciones públicas.
- El departamento de las relaciones públicas.
 - Personal del departamento de las relaciones públicas.
 - Contratos del personal de relaciones públicas.
- Ética de la profesión de las relaciones públicas.

U. T. 7 APLICACIÓN DE LOS FUNDAMENTOS Y ELEMENTOS DE LAS RELACIONES PUBLICAS.

- Introducción.
- Elementos de las relaciones públicas.
 - El profesional de las relaciones públicas.
 - El mensaje.
 - El público.
- Aplicación de los fundamentos de las relaciones públicas aplicadas al turismo.
 - El público interno
 - El público externo.
- La identidad corporativa.
 - Definición.
 - Clasificación.
 - Elementos.
 - Marca y logotipo.
- La imagen corporativa.
 - Identificación y clasificación.
 - Elementos básicos de la imagen visual.
 - Tipos de imagen: Ideal, real y proyectada.
- La imagen del turismo en España.

U. T. 8. LA COMUNICACIÓN.

- Introducción.
- El proceso de comunicación.

- Elementos de la comunicación.
- Pasos en el proceso de comunicación.
- La distorsión en la comunicación.
- La comunicación verbal.
- La comunicación no verbal.
 - Expresión facial.
 - Expresión corporal.
- Habilidades sociales.
- Comunicación en las organizaciones.
 - Tipos de comunicación.
- Tipología de clientes y tipos de comunicación.
- Atención al cliente.
- Actitudes de atención al cliente.

U. T.9 APLICACIÓN DE LOS RECURSOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS.

- Introducción.
- Instrumentos informativos.
 - Orales.
 - Escritos o impresos.
 - Fotográficos o de imágenes.
 - Instrumentos mass media: Prensa, radio y televisión.
- Instrumentos demostrativos y valorativos.
 - Demostrativos:
 - Instrumentos on line. La pagina web.
 - Inauguraciones.
 - Exposiciones y ferias.
 - Visitas.
 - Jornadas de puertas abiertas.
- Valorativos
 - Manual corporativo de atención al cliente, gestión de quejas y reclamaciones.
 - Sugerencias y quejas.

- Cartas al director.
- Encuestas.
- Cuestionarios de calidad

Resultados de aprendizaje

(A CUMPLIMENTAR ÚNICAMENTE PARA MÓDULOS DE *FP DUAL*)

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación.

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

Bibliografía

CERRA, J. DORADO, J.A. ESTEPA, D. GARCÍA, P. (1999) Gestión de producción de alojamiento y restauración. Síntesis. Madrid.(capítulo XVIII).

- AAVV (2006): Guía de protocolo para profesionales y proveedores, Ediciones Protocolo, Madrid.
- ALCALDE F y otros (2007): Retos, tendencias y oportunidades en el sector de eventos, Terra Consultoría.
- AMADO G. Y GUITTET A (1978): La comunicación en los grupos. Editorial Planeta
- BARQUERO CABRERO J D (2005): Comunicación estratégica: relaciones públicas, publicidad y marketing, McGraw Hill, Madrid.
- BARQUERO CABRERO J D, BARQUERO CABRERO M (2005): Manual de relaciones públicas, publicidad y comunicación, Ediciones Gestión 2.000, Madrid.
- BARQUERO J D, BARQUERO M (2007): El libro de oro de las relaciones públicas: los mejores expertos en relaciones públicas y Think Tank en acción, Ediciones Gestión 2000, Madrid.
- BARQUERO CABRERO J D, FERNÁNDEZ SÁNCHEZ L F (2007): Los secretos del protocolo, las relaciones públicas y la publicidad, Editorial Lex Nova, Valladolid.
- BAYON MARINE, F. GARCÍA ISA, I (1992): Gestión de Recursos Humanos. Editorial Síntesis. Madrid.
- BATTLE P, SANJUÁN J C, SUNYÉ J (2007): Buenas maneras, Editorial Timun Mas, Barcelona.
- BERNAYS E L, BARQUERO J D (2009): Relaciones públicas: el poder de cambiar, Editorial Furtwangen, Barcelona.
- CAMPOS GARCÍA DE QUEVEDO G. (2008): Producción de eventos: la puesta en escena del protocolo,

Ediciones Protocolo, Madrid.

- CAPRIOTTI, P (1992): La imagen de Empresa. Editorial El Ateneo. Madrid
- CÉSAR HERRERO J, FUENTE LAFUENTE J L (2005): La comunicación en el protocolo: el tratamiento de los medios en la organización de actos, Ediciones Protocolo, Madrid.
- CORREAS SÁNCHEZ G (2004): La empresa y su protocolo: el procedimiento de calidad en la organización de sus actos, Ediciones Protocolo, Madrid.
- CORREDOR J, PÉREZ R, GUTIÉRREZ O, BRAVO A (2008): relaciones públicas: las relaciones públicas han cambiado la forma de dirigir: descúbralo!, Editorial Furtwangen, Barcelona.
- CUADRADO ESCLAPEZ C (2007): Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios, Fundación Confemetal Editorial, Madrid.
- CUTLIP S, CENTER A, BROOM G (2006): Manual de relaciones públicas eficaces, Gestión 2000, Barcelona.
- DAVIS, F. (1998): La comunicación no verbal. Editorial Alianza..Madrid
- DORADO J A, CERRA J, GARCÍA ISA I (2004): Manual de recepción y atención al cliente, Síntesis, Madrid.
- ELIAS,J. MASCARAY, J. (1998): Mas allá de la comunicación interna. Editorial Gestión 2000
- ESCALERA AICUA S. (2005): Ceremonial y protocolo religioso, Ediciones Protocolo, Madrid.
- ESCAMILLA RODRÍGUEZ J (2005): Organización y protocolo en las bodas, Ediciones Protocolo, Madrid.
- ESTÉBANEZ GASTÓN BV (2005): Protocolo social y empresarial, autor editor.
- FERNÁNDEZ F (2.002): El arte del protocolo, Oberon, Madrid.
- FERNÁNDEZ F. y BAQUERO J.D. (2.004): El libro azul del protocolo y las relaciones públicas, McGraw Hill, Madrid.
- FUENTE LAFUENTE C (2006): Protocolo oficial. Las instituciones españolas de estado y su ceremonial, Ediciones Protocolo, Madrid.
- FUENTE LAFUENTE C (2004): Técnicas de organización de actos, Ediciones Protocolo, Madrid.
- FUENTE LAFUENTE C (2005): Manual práctico para la organización de eventos, Ediciones Protocolo, Madrid
- FUENTE LAFUENTE C (2007): Protocolo para eventos, Ediciones Protocolo, Madrid
- GARCIA ISA, I (2008): Estructura del Mercado Turístico. Editorial Felipe II Libros, Universidad Complutense.
- GARCIA ISA, I. (1998): Relaciones en el Entorno de Trabajo. Editorial Síntesis. Madrid
- GOLEMAN, D. (1995): La inteligencia emocional. Editorial Cairós. Madrid
- HERRERO, P (2000): Gestión y organización de congresos. Editorial Síntesis. Madrid.
- GARCIA ISA, I (2008): Estructura del Mercado Turístico. Editorial Felipe II Libros, Universidad Complutense. Madrid.
- HOROVITZ, J. (1991): La calidad del servicio. Editorial Mac Graw Hill. Madrid
- HOROVITZ, J. JURGENS PANAK, M (1996): La satisfacción total del cliente. Editorial Mac Graw Hill.

Madrid

- LATTIMORE D L (2008): Relaciones públicas, McGraw Hill, Madrid.
- LÓPEZ CABALLERO B. (2006). La diplomacia y su protocolo, Ediciones Protocolo, Madrid.
- LÓPEZ GUERRERO J.M. (2005): Protocolo en el deporte, Ediciones Protocolo, Madrid.
- LÓPEZ NIETO F (2006): Manual de protocolo, Ariel, Barcelona
- LOSADA FERNÁNDEZ C (2007): Protocolo moderno y éxito social, Alianza Editorial, Madrid.
- MATILLA SERRANO K (2008): Los modelos de planificación estratégica en la teoría de las relaciones públicas, Editorial UOC, Barcelona.
- MARSTON J (1988): Relaciones públicas modernas, McGraw Hill, México.
- MARTÍNEZ GUILLÉN M C (2007): Manual básico de protocolo empresarial y social, Editorial Díaz de santos, Madrid.
- MARTÍNEZ MARTÍNEZ I J (2005): Guía para la teoría y técnicas de las relaciones públicas, Diego Marín Editor.
- MARTÍNEZ SUÁREZ I (2006): El protocolo en la administración local, Ediciones Protocolo, Madrid.
- MERINO REDUELLO F (2007): Las organizaciones internacionales y su protocolo, Ediciones Protocolo, Madrid.
- MOLINARI S (2008): El ceremonial institucional y de los negocios, Temas Grupo Editorial, Argentina.
- MONFERRER C A (2007): Organización de congresos, exposiciones y otros eventos, Editorial Dukeen, Argentina.
- MUIÑOS MORALES P (2005): El protocolo en las comidas, Ediciones Protocolo, Madrid.
- NURKANOVIC EGEA M: (2005): La organización de congresos y su protocolo, Ediciones Protocolo, Madrid.
- PAZ COUSO, R. (2005). Atención al cliente: Guía práctica de técnicas y estrategias. Ideas propias Editorial
- RAMOS FERNÁNDEZ F (2007): Protocolo y estrategia para PYMEs: la imagen y excelencia de los pequeños, Editorial Netbiblo, A Coruña.
- RAMOS FERNÁNDEZ F (2008): El protocolo de empresa: herramienta para crear valor, Editorial Netbiblo, A Coruña.
- RÍO MARTÍNEZ M del (2008): Protocolo: manual práctico para conocer las normas básicas del protocolo diario, Editorial Gonpat, Santander.
- ROJAS ORDUÑA O I(2008): Relaciones públicas: la eficacia de la influencia,
- RUBIO GORDO P V (2006): Derecho premial, Ediciones Protocolo, Madrid.
- SALLA GARCÍA J (2008): Plan estratégico de relaciones públicas, Editorial José María Bosch, Barcelona., J.R. (1998) Marketing comunicación. Editorial Ciencia 3. Madrid
- SANCHEZ GUZMAN
- SUÁREZ PINILLA M, RIVAS CORRERA P, AGUILERA MOLINA C (2006): El protocolo en las

universidades españolas, Ediciones Protocolo, Madrid.

- TSCHOHL, J. (1994). Alcanzando la excelencia en el servicio. Díaz Santos Ediciones. Madrid
- TORRENTS FERNÁNDEZ R (2005): Eventos de empresa: el poder de la comunicación en vivo, Deusto.
- TRIVIÑO Y (2006): Gestión de eventos feriales: diseño y organización, Síntesis, Madrid.
- URBINA de JA. (2.003): El gran libro del protocolo, Editorial Temas Hoy, Madrid.
- URBINA de JA (2002): El arte de invitar. Su protocolo, Editorial temas Hoy, Madrid
- VILARRUBIAS SOLANES F A (2.004): Tratado De protocolo, Ediciones Nobel, Oviedo.
- VILARRUBIAS SOLANES F A (2006): Derecho premial: protocolo, ceremonial, heráldica y vexiología en el Estado, en las corporaciones públicas y en la empresa multinacional, Universidad de Oviedo, Oviedo.
- WILCOX D L, AULT PH, AGEE W K, CAMERON G T (2006): Relaciones públicas: estratégicas y tácticas, Pearson Educación, Madrid.
- XIFRA J (2005): Planificación estratégica de las relaciones públicas, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona.
- XIFRA J (2007): Técnicas de las relaciones públicas, Editorial UOC, Barcelona.
- ZALA MARTÍNEZ D (2008): La comunicación en los eventos, Ediciones Protocolo, Madrid.

www.protocoloycomunicación.blogspot.com

www.protocolo.org