

	IES CLAUDIO MOYANO	
	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO: RELACIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING	
	Página 1 de 28	

IDENTIFICACIÓN DEL MÓDULO

Profesor	Curso	Año
Jesús Ruiz Andrés	2º	2025/2026
Duración	Equivalencia en créditos ECTS	Código
101 horas (5 horas/semana)		1009

UNIDAD DE COMPETENCIA (Estándar de competencia):

Este módulo está asociado a las cualificaciones profesionales incompletas siguientes:

Gestión de marketing y comunicación COM652_3 (Real Decreto 1550/2011, de 31 de octubre):

Las unidades de competencia principales que se asocian a este módulo son:

UC2187_3: Organizar y gestionar eventos de marketing y comunicación, siguiendo el protocolo y criterios establecidos.

OBJETIVO BASE:

La competencia general de este título consiste en 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.

LEGISLACIÓN GENERAL:

Ley Orgánica 3/2022, de 31 de marzo, de ordenación e integración de la formación Profesional.

Real Decreto 659/2023, de 18 de julio, por el que se desarrolla la ordenación del Sistema de Formación Profesional.

DECRETO 25/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado medio, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 2 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico, en la Comunidad de Castilla y León.

DECRETO 24/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado superior, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 3 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico Superior, en la Comunidad de Castilla y León.

ORDEN EDU/1285/2024, de 26 de noviembre, por la que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado básico, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 1, del sistema de formación profesional, conducente a la obtención de los títulos de Técnico Básico y Graduado en Educación Secundaria Obligatoria, en la Comunidad de Castilla y León

Proyecto de decreto por el que se establece el currículo de los cursos de especialización de grado medio y de grado superior, correspondiente a la oferta de grado e, niveles 2 y 3 del sistema de formación profesional, conducentes a la obtención de los títulos de especialista y de máster de formación profesional, en la comunidad de castilla y león.

Proyecto de Orden, por la que se desarrolla la formación en empresa u organismo equiparado para las ofertas de formación profesional de los grados D y E del Sistema de Formación Profesional en la Comunidad de Castilla y León.

	IES CLAUDIO MOYANO	
	PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO: RELACIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING	
	Página 2 de 28	

ORDEN EDU/1575/2024, de 23 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación del alumnado que curse enseñanzas de grados D y E del sistema de formación profesional en la Comunidad de Castilla y León.		
LEGISLACIÓN ESPECÍFICA:		
REAL DECRETO POR EL QUE SE ESTABLECE EL TÍTULO	MODIFICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE ESTABLECE EL TÍTULO:	ORDEN AUTONÓMICA POR LA QUE SE CONCRETAN ASPECTOS ESPECÍFICOS DEL CURRÍCULO:
Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas.	Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado superior y se fijan sus enseñanzas mínimas. Corrección de errores del Real Decreto 500/2024, de 21 de mayo, por el que se modifican determinados reales decretos por los que se establecen títulos de Formación Profesional de grado superior y se fijan sus enseñanzas mínimas.	DECRETO 25/2024, de 21 de noviembre, por el que se establece el currículo de los ciclos formativos de grado medio, correspondiente a la oferta de grado D y nivel 2 del Sistema de Formación Profesional, conducentes a la obtención del título de Técnico, en la Comunidad de Castilla y León.

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES (COMPETENCIAS PROFESIONALES Y PARA LA EMPLEABILIDAD) RELACIONADAS CON EL MÓDULO PROFESIONAL
b) Asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing, analizando las variables de marketing mix para conseguir los objetivos comerciales definidos por la empresa. c) Planificar y desarrollar acciones de marketing digital, gestionando páginas web y sistemas de comunicación a través de Internet, para lograr los objetivos de marketing y de la política de comercio electrónico de la empresa. d) Obtener, analizar y organizar información fiable de los mercados, aplicando técnicas estadísticas y establecer un sistema de información eficaz (SIM), que sirva de apoyo en la definición de estrategias comerciales y en la toma de decisiones de marketing. e) Organizar grupos de encuestadores y/o entrevistadores y realizar encuestas y/o entrevistas, planificando el trabajo de campo y utilizando las técnicas y procedimientos establecidos, para cumplir los objetivos fijados en el plan de investigación comercial. 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) Elaborar el plan de medios publicitarios de la empresa, combinándolos adecuadamente, y realizar su seguimiento y control para lograr su ejecución y eficacia.

- i) Gestionar el lanzamiento e implantación de productos y/o servicios en el mercado, aplicando las estrategias de marketing y las acciones promocionales adecuadas, de acuerdo con lo establecido en el plan de marketing de la empresa u organización.
- j) Elaborar materiales publipromocionales e informativos, respetando la normativa vigente en materia de publicidad y utilizando técnicas y aplicaciones informáticas de edición y diseño en diversos soportes, para difundirlos según los planes programados.
- 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.
- 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.
- q) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional con sentido de la responsabilidad social.
- 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.

OBJETIVOS GENERALES DEL CICLO FORMATIVO RELACIONADOS CON EL MÓDULO PROFESIONAL

- b) Elaborar informes de base y briefings, analizando y definiendo las diferentes estrategias comerciales de las variables de marketing mix, para asistir en la elaboración y seguimiento de las políticas y planes de marketing.
- c) Utilizar las nuevas tecnologías de la comunicación a través de Internet, construyendo, alojando y manteniendo páginas web corporativas y gestionando los sistemas de comunicación digitales, para planificar y realizar acciones de marketing digital.
- d) Diseñar planes de investigación comercial, determinando las necesidades de información, recogiendo los datos secundarios y primarios necesarios para obtener y organizar información fiable de los mercados.
- e) Elaborar informes comerciales, analizando la información obtenida del mercado mediante la aplicación de técnicas estadísticas, para establecer un sistema de información de marketing eficaz (SIM).
- 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.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
RA	CE
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.	a) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas como instrumento de comunicación de la empresa. 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. c) Se han diferenciado las actividades de patrocinio y mecenazgo que puede realizar una empresa. d) Se ha analizado la vinculación de las relaciones públicas con los medios de comunicación. e) Se ha seleccionado el instrumento de relaciones públicas más adecuado al cumplimiento de los objetivos planificados. f) Se ha planificado la estrategia para optimizar una campaña de relaciones públicas.
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.	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. b) Se han identificado los recursos, lugar, equipos, instalaciones y medios necesarios, para la realización de un determinado tipo de evento. c) Se han identificado los permisos y licencias necesarios para la realización de un evento. d) Se han determinado las fases y actividades que han de realizarse en un determinado evento. e) Se ha elaborado el programa, calendario y cronograma general de un evento de marketing y comunicación. f) Se han establecido los plazos y la forma de difusión del evento, utilizando herramientas y técnicas de comunicación online y offline. g) Se han determinado los participantes y medios necesarios para la realización de una rueda de prensa.
RA3: Organiza los trámites para la obtención de los recursos necesarios para la financiación de las inversiones y suministros, evaluando las distintas alternativas financieras posibles.	a) Se han identificado los proveedores necesarios para la realización de un evento de marketing. b) Se han evaluado ofertas de proveedores de eventos en función de criterios de precio, servicios añadidos y condiciones de prestación, entre otros. c) Se han determinado las gestiones necesarias para alquilar o contratar un lugar y los medios para la celebración de un evento de marketing. d) Se han coordinado los servicios complementarios de catering, azafatas, técnicos de sonido y alquiler de equipos, entre otros. e) Se han registrado en una base de datos los proveedores y servicios contratados, respetando la normativa de protección de datos y privacidad de la organización.

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.	a) Se ha identificado el protocolo y ceremonial adecuado al tipo de evento de marketing. 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. c) Se ha determinado el tratamiento protocolario a los asistentes a un evento, de acuerdo con la jerarquía, rango y representación institucional. 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.
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.	a) Se ha analizado la importancia de una atmósfera positiva y una actuación educada y amable en el desarrollo de un evento. b) Se han analizado los aspectos más importantes de la imagen personal en la celebración de actos y eventos de marketing. c) Se han analizado los errores más frecuentes en las actitudes y aptitudes de los actores y agentes participantes en un evento. d) Se han aplicado técnicas de comunicación verbal y no verbal según unas pautas y protocolo definido.
RA6: Evalúa los resultados del desarrollo de distintos tipos de actos y eventos de marketing, elaborando informes de control.	a) Se han definido los indicadores de calidad y eficacia operativa en la celebración de eventos. b) Se han identificado las incidencias y problemas más habituales en el desarrollo de eventos de marketing y las posibles medidas para subsanarlos. c) Se han analizado los sistemas utilizados habitualmente para el control y la evaluación de resultados de un evento o acción de comunicación. d) Se han identificado los aspectos que indican el nivel de satisfacción de los públicos objetivos. 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.

CONTENIDOS BÁSICOS extraídos del RD que regula el título (Se incluyen los contenidos que se desarrollarán a través de las unidades de trabajo):

Contenidos básicos. (Según el Real Decreto 1571/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas)

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.

Contenidos en Castilla y León. (Según DECRETO 83/2015, de 30 de diciembre, por el que se establece el currículo correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad en la Comunidad de Castilla y León.)

1. 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:
 - Investigación. Estrategia: definición del público, los objetivos y el mensaje. Creatividad de la comunicación.
 - Selección y planificación de medios. Pretest. Lanzamiento. Posttest.
 - Responsabilidad social corporativa.
 - RRPP y opinión pública.
 - Publicidad Institucional.
- Tipología de las acciones de relaciones públicas, según el ámbito y según los objetivos:
 - Según el ámbito: externas e internas.
 - Según los objetivos: difusión de información, patrocinio, mecenazgo, creación, mantenimiento o mejora de la imagen, actividades de servicio público, captación de fondos y apoyo a iniciativas.

- La vinculación de las relaciones públicas con los medios de comunicación: las notas de prensa, las conferencias de prensa y el gabinete de prensa. Lobbies.
- La organización de eventos dentro de las relaciones públicas de la empresa.

2. 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: lugar, material, equipo necesario y profesionales entre otros.
- Fases, actividades, medios, recursos humanos y materiales necesarios.
- Técnicas de organización de eventos. Gestiones y tareas del organizador: organización de agendas de trabajo, organización de secretarías, documentación interna y externa del evento, 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.
- Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de eventos.

3. 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.
- Instalaciones, medios tecnológicos y configuración de los espacios.
- 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.
- Actividades lúdicas.
- Otros servicios: seguros, asistencia turística, guías, seguridad, decoración, señalética, gabinete de prensa y comunicación, entre otros.
- Evaluación de ofertas de proveedores de servicios, atendiendo a distintos criterios: coste, plazos y calidad de servicio, entre otros.
- Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad, servicio técnico, reclamaciones y quejas.
- La seguridad en la organización de eventos. Estrategias de seguridad.
- Aplicaciones informáticas en la gestión de eventos.

4. Protocolo y relaciones públicas

- Protocolo y relaciones públicas. La ordenación protocolaria. La documentación en el protocolo.
- Tipos de actos y eventos según su protocolo: diplomático, académico, deportivo, musical y empresarial, entre otros.

5. Protocolo y ceremonial de actos y eventos de marketing y comunicación

- Protocolo empresarial: símbolos, elementos corporativos, correspondencia e invitaciones.
- Ceremonial y protocolo institucional.
- Normas y usos habituales.

6. 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.

7. 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: indicadores.
- Cuestionarios de satisfacción.
- Evaluación de servicios requeridos por los eventos.
- Previsión de las posibles incidencias durante la realización de un evento: errores de organización, desarrollo e implantación.

- Memoria técnica y económica del evento.
- Aplicaciones informáticas de gestión de calidad de evento.

UNIDADES DE TRABAJO

Temporalización y secuenciación

TRIM.	UNIDADES	HORAS	COMIENZO	FIN
1	UT1: Objetivos e instrumentos de las relaciones públicas (RRPP) de la empresa	16	16-09-25	02-10-25
	UT2: Caracterización de la organización de eventos de marketing	16	03-10-25	29-10-25
	UT3: Determinación del plan de relaciones con proveedores, actores y agentes	17	04-11-25	28-11-25
2	UT4: Protocolo y relaciones públicas	14	04-12-25	15-01-26
	UT5: Protocolo y ceremonial de actos y eventos de marketing y comunicación	15	16-01-26	28-01-26
	UT6: Coordinación y supervisión de los eventos de marketing	13	29-01-26	06-02-26
	UT7: Elaboración de informes de control y evaluación de eventos	9	10-02-26	18-02-26
TOTAL		101		
1/2/3	FEE (las horas son las que corresponden al módulo)			

RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y UNIDADES DE TRABAJO

	UT1	UT2	UT3	UT4	UT5	UT6	UT7				
RA1	X										
RA2		X									
RA3			X								
RA4				X	X						
RA5						X					
RA6							X				

METODOLOGÍA

La metodología aplicada buscará la consecución del objetivo primordial de la formación profesional: *el saber hacer*. Se logrará integrando aspectos científicos, técnicos y organizativos, con el fin de que el alumnado adquiera una visión global de los procesos productivos propios de la actividad profesional correspondiente. Para ello se empleará una metodología:

- Participativa, en la que el alumno sea el que marque la pauta de desarrollo de cada uno de los temas, a partir de sus propias iniciativas, interrogantes, dudas, etc. relacionados con el tema.
- Personalizada, en la medida que sea posible se atenderán las diferentes dificultades de aprendizaje de los alumnos.

El planteamiento general de este módulo es el siguiente:

- Al comienzo del curso, el profesor presentará a los alumnos la programación general del módulo. La explicación incluirá objetivos, contenidos, reglas de comportamiento, organización de actividades y procedimientos de evaluación y calificación.
- El profesor iniciará cada una de las unidades tratando de averiguar las ideas y conocimientos previos que posee el alumnado sobre los contenidos que hay que tratar y que son necesarios para abordar la nueva unidad. Además, se hará una introducción motivadora por parte del profesor a la unidad de trabajo, dando una visión global de los contenidos, contextualizando los mismos dentro del esquema general del módulo y poniendo de manifiesto la utilidad de los nuevos aprendizajes en el mundo profesional.
- Posteriormente habrá una exposición oral por parte del profesor de los contenidos (conceptuales y procedimentales) del apartado a tratar hasta la total comprensión y haciendo hincapié en los contenidos mínimos más importantes. La exposición promoverá la participación del alumnado en el proceso de aprendizaje; para ello la exposición del profesor irá cargada de preguntas que van surgiendo a lo largo del desarrollo de la unidad, unas preguntas serán respondidas por el profesor y otras por los alumnos. El objetivo en este caso es fomentar la capacidad de aprender por sí mismo y de trabajar en equipo.
- A continuación, se procede al desarrollo de supuestos prácticos por parte del alumnado, con la utilización de documentación facilitada por el profesor. Cuando las características de la actividad lo requieran se utilizarán diversas aplicaciones informáticas de oficina como el paquete office. En la medida de lo posible, se simularán situaciones semejantes a las de la vida profesional. En el diseño de las actividades se han tenido en cuenta los contenidos, resultados de aprendizaje y criterios de evaluación del módulo. La evaluación de los resultados del aprendizaje incluirá siempre que sea posible la exposición en clase del trabajo realizado.
- El profesor fomentará que los alumnos expongan sus dudas y sugerencias, posibilitando así su participación y buscando su motivación. Adicionalmente, se provocará a los alumnos para que desarrollen su capacidad crítica, alentándolos para que rebatan aquellos argumentos que no consideren adecuados y debatan explicaciones o procedimientos alternativos para solventar las cuestiones que se les planteen. En todo momento se fomentará el respeto hacia las opiniones de los demás compañeros.
- En el ámbito didáctico son muy importantes actividades tales como: recopilar en bibliografía, revistas técnicas, manuales, ayuda en línea, prensa e internet, información referente a la unidad de trabajo y saber manejarla, interpretarla para adquirir conocimientos y si procede exponer conclusiones al resto de compañeros/as. Esto último fomentará el desarrollo de las capacidades de comunicación y participación. En lo relativo al empleo de las TIC, cabe destacar que el desarrollo de los contenidos de este módulo precisa de la aplicación habitual de las estas tecnologías para la búsqueda y tratamiento de la información, por lo que será necesario usar procesador de textos, hoja de cálculo y creador de presentaciones, y disponer de conexión a internet para consultar páginas de recursos relacionadas con los contenidos del módulo.

- En el caso de que las autoridades educativas o sanitarias decretasen la suspensión temporal o total de la actividad académica presencial para los alumnos que este año cursan este módulo en este centro educativo, se utilizarán medios telemáticos para cubrir las funcionalidades normalmente desarrolladas de manera presencial.

RECURSOS DIDÁCTICOS Y MATERIALES

Además del uso de las TIC como viene expresado en la metodología, es conveniente disponer de un conjunto de materiales de referencia para la consulta y manejo por parte del profesor y del alumnado. Entre estos materiales, además de la bibliografía que se relaciona en párrafos posteriores, cabe citar:

- Programas informáticos: procesador de textos, creador de presentaciones
- proyector y pizarra
- Internet
- Legislación relacionada con el módulo
- Documentación de interés que aparezca en publicaciones o en internet
- Vídeos sobre los temas tratados.

La **principal bibliografía** utilizada para el desarrollo de las clases será:

Libro recomendado: RELACIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE EMPRESA. Ed. Mc Graw Hill. ISBN: 9788448626846.

Otra bibliografía:

EL ABC EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS. Carmen cuadrado Esclapez y Ruth Rodríguez Cuadrado. FC Editorial. PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS. M^a Soledad Muñoz Boda. Ed. Paraninfo.

PROTOCOLO PARA EVANTOS. Carlos Fuente Lafuente. Ediciones Protocolo EL LIBRO AZUL DEL PROTOCOLO Y LAS RELACIONES PÚBLICAS. Fernando Fernández y José Daniel Barquero. Ed. McGrawHill

TIC

Se utilizará Microsoft TEAMS como principal soporte educativo para el proceso de enseñanza aprendizaje. Toda la documentación, así como las presentaciones se compartirán con los alumnos por este medio, así como subir actividades o trabajos en grupo, con la finalidad que los alumnos lo presenten en una fecha establecida y determinada.

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

Por evaluación continua entendemos aquella que se realiza a lo largo de todo el proceso de aprendizaje y es la que permite la evaluación final de los resultados conseguidos por el alumno al término de dicho proceso. Conforme artículo 2, punto 3 de la ORDEN EDU/2169/2008, de 15 de diciembre, por la que se regula el proceso de evaluación y la acreditación académica de los alumnos que cursen enseñanzas de formación profesional inicial en la Comunidad de Castilla y León, en la modalidad presencial, en oferta completa, el proceso de evaluación continua requiere la asistencia regular a las clases y actividades programadas para los distintos módulos profesionales del ciclo formativo. En la primera sesión de la asignatura se explican a los alumnos las normas que deben cumplirse para que sea posible evaluarlos conforme procedimiento de evaluación continúa:

-Si en el cómputo del curso académico el alumno falta a más del 15% de las horas de clase, cualquiera que sea la razón que motive su ausencia, se le comunicará la imposibilidad de ser evaluado conforme procedimiento de evaluación continua y por tanto se le evaluará conforme operativa para alumnos con asistencia irregular, que se explica más adelante.

La evaluación continua se llevará a cabo mediante los siguientes procedimientos:

-Observación, mediante la cual se verifica la atención prestada por el alumno, su capacidad de trabajo frente a la materia y la actitud que muestra.

-Revisión de actividades: Se comprobará las actividades realizadas, con el objetivo de examinar el grado de realización en plazo y la calidad del desempeño del alumno en su ejecución, así como la limpieza y el orden con la que se efectúan los trabajos propuestos. Las tareas sólo se considerarán realizadas, y serán por tanto evaluables, si la realización ha concluido en el plazo que el profesor ha dado para las mismas. Las tareas no terminadas en plazo se califican con 0 puntos.

-Pruebas escritas y/u orales, mediante las cuales se evalúa el nivel de conocimientos adquiridos, así como la capacidad para resolver problemas de forma independiente, sin la colaboración del profesor y los compañeros ni el uso de materiales didácticos de apoyo.

La evaluación continua constará de una evaluación inicial, una formativa, una sumativa y la evaluación de la propia práctica docente por parte del profesor:

Evaluación inicial

Se realizará una evaluación inicial al comenzar el curso escolar para determinar las características, actitudes, conocimientos y experiencias previas de los alumnos frente a la materia a tratar, bien sea a través del diálogo en clase o de una pequeña prueba escrita. En esta sesión, el profesor-tutor dará la información disponible referente a las características generales del grupo y/o específicas de cada alumno que puedan tener incidencia educativa.

El objetivo conjunto de las dos acciones anteriores es conocer desde un primer momento tanto el nivel académico general del grupo como la diferencia existente entre la percepción propia de cada alumno y la realidad de su formación previa.

Adicionalmente, al comienzo de cada unidad didáctica se ofrece un pequeño preámbulo de los conceptos que se van a tratar e informalmente se pide a los alumnos que hagan una breve tormenta de ideas sobre sus conocimientos previos de esa materia en concreto, para situar al alumno en el contexto en el que se va a desenvolver durante los próximos días. De esta forma el profesor, evita ideas preconcebidas erróneas de algunos de los alumnos sobre dichos temas.

Evaluación formativa

Tiene por objetivo reconducir el proceso de aprendizaje cuando se producen desviaciones, por tanto, está siempre presente en la actividad docente, si bien se lleva a la práctica en momentos específicos:

Al comienzo de la clase: controlando las faltas de asistencia y retrasos y analizando sus causas, sobre todo de las faltas. Éstas se comunican al Tutor de forma sistemática y se consideran en términos de evaluación continua.

Durante la realización de las actividades de aprendizaje: se utiliza la observación y el apoyo constante. Este apoyo no aporta soluciones inmediatas, sino que provee directrices y estrategias para ayudar al alumno a alcanzar la solución.

Durante las puestas en común: determinados ejercicios o actividades que se consideran relevantes para consolidar o aclarar ciertas técnicas o procedimientos se explican para toda la clase, bien por parte del profesor o con la ayuda de alumnos. Cuando son los alumnos quienes realizan la explicación el profesor observa cómo se desenvuelven y una vez terminado su turno les facilita pistas para mejorar sus presentaciones futuras.

Durante el desarrollo de la clase, para detectar cualquier actitud evaluable como negativa (distorsión de las sesiones didácticas, molestias a compañeros, abuso del material, falta de atención, uso de dispositivos electrónicos no autorizados en clase). Si se detecta alguna de estas actitudes negativas, se refleja en el cuaderno del profesor.

Al finalizar la clase: observando cómo cada alumno deja el puesto de trabajo, limpio y ordenado, con los equipos informáticos apagados. El orden, la limpieza y el respeto por el material de trabajo se considera una actividad obligatoria.

Evaluación sumativa

El objetivo de esta evaluación es determinar el nivel del aprendizaje de contenidos, procedimientos y actitudes alcanzado por el alumno a través de actividades específicas periódicas de evaluación, que sólo se aplicarán a aquellos alumnos a los que, por su regularidad en la asistencia a clase, les sean de aplicación los procedimientos de evaluación continua. Estos procedimientos se compilan en tres bloques:

-Pruebas escritas/orales: instrumentos que permiten determinar el grado de conocimiento de los contenidos e indicar al alumno aquellos ámbitos que debe mejorar. Para ello se solucionarán en el aula todas las pruebas una vez calificadas.

-Actividades: las actividades se entregarán en cada unidad de trabajo a lo largo del curso y una vez discutidas en el aula y calificadas por el profesor se les devolverá a los alumnos para que conozcan la evolución de su aprendizaje.

-Presentación de actividades en el aula: además de presentar las actividades del punto anterior en la forma y plazo indicados por el profesor, éste también evaluará la presentación de algunas actividades concretas ante la clase.

Evaluación de la práctica docente

El profesor recogerá de forma sistemática datos sobre la impartición del módulo que permitan mejorar su propia práctica docente. El cumplimiento de la secuenciación

temporal de las unidades, la consecución de objetivos por parte de la mayor parte de los alumnos, su opinión sobre la metodología empleada o la encuesta anónima de satisfacción del alumnado que se realiza al menos una vez cada curso académico pueden ser indicadores muy valiosos para la mejora de la práctica docente.

Medidas de contingencia para la evaluación

En el caso de que las autoridades educativas o sanitarias decretasen la suspensión total o parcial de la actividad académica presencial, la evaluación seguiría los parámetros descritos en los epígrafes anteriores, con determinadas peculiaridades:

- Las pruebas escritas se realizarían por medios telemáticos (email, Moodle...)
- Las actividades se llevarían a cabo y entregarían de forma remota (email, Moodle...)
- Las presentaciones se efectuarían en remoto (Teams, Skype o similares)
- La evaluación formativa se vería necesariamente mermada por la imposibilidad de observar presencialmente el comportamiento de los alumnos en el aula.
- La evaluación de la práctica docente se realizaría de forma telemática (email, Moodle)

Evaluación de alumnos con asistencia irregular a clase

Se considera alumnos con asistencia irregular a clase a aquéllos que cumplan la siguiente condición:

- Faltan a más de un 15% de las horas anuales previstas para el módulo, por cualquier razón.

Los alumnos con asistencia irregular a clase no tienen posibilidad de ser evaluados conforme operativa de evaluación continua, deberán someterse, a final de curso, a un procedimiento extraordinario de evaluación, que consistirá en la realización de una “PRUEBA GLOBAL” escrita sobre la totalidad de los contenidos programados para el módulo y que permita evaluar la consecución de todas y cada una de las capacidades. La calificación será únicamente de esa prueba global escrita, siendo necesario obtener como mínimo la nota de cinco. La fecha de la prueba escrita, se anuncia con antelación en el tablón de anuncios del aula. *En caso de confinamiento que impidiera realizar una prueba presencial, la misma se realizaría de manera telemática (email, Moodle, Teams...)

EVALUACIÓN PARCIAL TRIMESTRAL: 1^{ER} TRIMESTRE Esta evaluación trimestral servirá para valorar el progreso del alumnado y adoptar decisiones sobre su proceso de aprendizaje. Para la calificación trimestral se considerarán las calificaciones obtenidas en los instrumentos de evaluación utilizados. Las calificaciones obtenidas igualmente tienen que poder demostrar la superación de los diferentes resultados de aprendizaje. Por ejemplo:							
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN							
PONDERACIÓN RA	UT1	UT2	UT3		FEE	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 1 ^{ER} TRIMESTRE
RA1 (32%)	Prueba escrita/Test (70%) Actividad práctica (30%)					Nota x 70% + Nota x 30%	(NOTA x 100)/100
RA2 (45%)		Prueba escrita/Test (70%) Actividad práctica (30%)				Nota x 70% + Nota x 30%	(NOTA x 100)/100
RA3 (23%)			Prueba escrita/Test (70%) Actividad práctica (30%)			Nota x 70% + Nota x 30%	(NOTA x 100)/100
NOTA 1 ^{ER} TRIMESTRE: (nota RA1 (32%) + nota RA2 (45%) + nota RA3 (23%))x100/100%							

EVALUACIÓN PARCIAL TRIMESTRAL: 2º TRIMESTRE							
Esta evaluación trimestral servirá para valorar el progreso del alumnado y adoptar decisiones sobre su proceso de aprendizaje. Para la calificación trimestral se considerarán las calificaciones de obtenidas en los instrumentos de evaluación utilizados. Las calificaciones obtenidas igualmente tienen que poder demostrar la superación de los diferentes resultados de aprendizaje. Por ejemplo:							
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN							
PONDERACIÓN RA	UT4	UT5	UT6	UT7	FEE	NOTA	NOTA POR RA PONDERADA 2º TRIMESTRE
RA4 (40%)	Prueba escrita/Test (70%) Actividad práctica (30%)					Nota x 70% + Nota x 30%	(NOTA x100)/50
RA5 (40%)			Prueba escrita/Test (70%) Actividad práctica (30%)			Nota x 70% + Nota x 30%	(NOTA x100)/100
RA6 (20%)				Prueba escrita/Test (70%) Actividad práctica (30%)		Nota x 70% + Nota x 30%	(NOTA x100)/100
						NOTA	
NOTA 2º TRIMESTRE: (nota RA1 (40%) + nota RA2 (40%) + nota RA3 (20%))x100/100%							

EVALUACIÓN PRIMERA FINAL

Una vez superados los RA la nota final se calculará con la ponderación establecida para cada RA (los superados en evaluaciones parciales y los superados en la evaluación primera final)

RA	PONDERACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
RA1	10%	Prueba escrita teórico-práctica(UT1)
RA2	20%	Prueba escrita teórico-práctica(UT2)
RA3	20%	Prueba escrita teórico-práctica(UT3)
RA4	20%	Prueba escrita teórico-práctica(UT4 Y UT5)
RA5	20%	Prueba escrita teórico-práctica(UT6)
RA6	10%	Prueba escrita teórico-práctica(UT7)
TOTAL	100%	

SI UN RA NO ESTÁ SUPERADO Y LA PONDERACIÓN RESULTARA UN 5 O MÁS DE 5, LA NOTA SERÍA UN 4 (ESTARÍA PENDIENTE DE RECUPERAR ESE RA).
DEBERÁN ENTREGAR LAS TAREAS OBLIGATORIAS TRABAJADAS EN EL AULA ANTES DE LA FINALIZACIÓN DE LA EVALUACIÓN.

EVALUACIÓN SEGUNDA FINAL

Alumnos que NO han superado todos los RA en las evaluaciones parciales

RA	PONDERACIÓN	INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN
RA1	10%	Prueba escrita teórico-práctica(UT1)
RA2	20%	Prueba escrita teórico-práctica(UT2)
RA3	20%	Prueba escrita teórico-práctica(UT3)
RA4	20%	Prueba escrita teórico-práctica(UT4 UT5)
RA5	20%	Prueba escrita teórico-práctica(UT6)
RA6	10%	Prueba escrita teórico-práctica(UT7)
TOTAL	100%	

SI UN RA NO ESTÁ SUPERADO Y LA PONDERACIÓN RESULTARA UN 5 O MÁS DE 5, LA NOTA SERÍA UN 4 (ESTARÍA PENDIENTE DE RECUPERAR ESE RA). DEBERÁN ENTREGAR LAS TAREAS OBLIGATORIAS TRABAJADAS EN EL AULA ANTES DE LA FINALIZACIÓN DE LA EVALUACIÓN.

EVALUACIÓN DEL ALUMNADO CON PÉRDIDA DE EVALUACIÓN CONTÍNUA

El alumno perderá la evaluación continua si supera el 15% de inasistencia no justificada a las actividades lectivas, manteniendo el derecho de presentarse a las pruebas finales que se determinen.

Los alumnos con asistencia irregular a clase no tienen posibilidad de ser evaluados conforme operativa de evaluación continua, deberán someterse, a final de curso, a un procedimiento extraordinario de evaluación, que consistirá en la realización de una “PRUEBA GLOBAL” escrita sobre la totalidad de los contenidos programados para el módulo y que permita evaluar la consecución de todas y cada una de las capacidades. La calificación será únicamente de esa prueba global escrita, siendo necesario obtener como mínimo la nota de cinco. La fecha de la prueba escrita, se anuncia con antelación en el tablón de anuncios del aula. *En caso de confinamiento que impidiera realizar una prueba presencial, la misma se realizaría de manera telemática (email, Moodle, Teams...)

EVALUACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

Recuperación tras la evaluación parcial trimestral

El sistema de recuperación será específico para cada alumno y estará en función de los objetivos alcanzados. Existen objetivos que el alumno puede recuperar en próximas evaluaciones, mientras que otros exigen pruebas específicas de recuperación (trabajos, pruebas escritas...) y que se celebrarán dentro de las fechas acordadas con el grupo. Después de cada una de las tres pruebas objetivas establecidas, habrá una prueba escrita de recuperación de carácter voluntario, con el objetivo de que el alumno tenga la oportunidad de superarlas sin tener que esperar a las convocatorias ordinarias 1ª y 2ª. Se considerará aprobado a partir de una puntuación igual o superior a 5 puntos. En general, y de modo orientativo, los exámenes se realizarán una vez finalizado cada uno de los bloques temáticos que componen cada prueba objetiva y las recuperaciones con posterioridad. Las fechas de las pruebas se consultarán con los alumnos, coordinados por el profesor-tutor.

EVALUACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

Recuperación tras la evaluación primera final

En la primera convocatoria ordinaria, el estudiante tendrá derecho a la realización de una prueba escrita teórico-práctica que le permita superar los resultados de aprendizaje del módulo. Para ello, podrá realizar una prueba para recuperar los RA que hayan sido valoradas negativamente. La nota definitiva de la evaluación primera final será de acuerdo al porcentaje establecido en esta programación para cada uno de los resultados de aprendizaje. Para el cálculo de la calificación oficial se utilizará el redondeo matemático siempre que dicha nota supere el 5: si al aplicar los criterios de calificación, el resultado de la nota da un número no exacto, ésta se redondeará por exceso si la primera décima es igual o mayor de cinco. Si la primera décima está por debajo del cinco se redondeará por defecto. En los casos en que la nota de la evaluación esté por debajo de 5, el redondeo siempre se hará a la baja.

EVALUACIÓN: PROCEDIMIENTOS DE RECUPERACIÓN

Actividades de recuperación de módulos pendientes de primero

A cada alumno que en cursos anteriores **NO** consiguió aprobar este módulo, pero tiene pendiente dicho modulo de 2º de este ciclo formativo ,se le entregara un plan personalizado de recuperación, que contemplará:

- Una propuesta de calendarización aconsejada para el inicio de las actividades de repaso de los contenidos que el alumno puede llevar a cabo, de forma que pueda gestionar su tiempo de preparación de forma autónoma
- Fechas, formato y modelo de calificación de las pruebas escritas a realizar por el alumno que se presente a la prueba final en la 2ª evaluación ordinaria de este curso.

Durante el presente curso solo hay un alumno con el modulo pendiente del sistema de formación profesional anterior.

EVALUACIÓN: OTRAS CUESTIONES

ACTUACIÓN EN CASO DE COPIA EN EXÁMENES

En el caso en el que se detecte copiar a un alumno en un examen, supondrá suspenso automático debiendo recuperarlo.

Cumpliendo con el RRI del IES CLAUDIO MOYANO:

Protocolo sobre actuaciones por copiar en controles y exámenes

Sorprender a un alumno o alumna copiando en cualquiera de las pruebas mencionadas, ya sea utilizando técnicas tradicionales como “chuletas” o cambio de páginas, o tecnológicas, como uso de auriculares u otros aparatos electrónicos, supondrá la calificación de cero en dicho examen. En caso de reincidencia, el alumno suspenderá la asignatura y deberá presentarse a las pruebas de recuperación correspondientes. Todo ello quedará reflejado en el acta del departamento y se informará a Jefatura de Estudios.

Si se tiene la sospecha de que algunas de las respuestas del examen pueden estar copiadas por ser demasiado literales, el profesor puede proponer al alumno una prueba oral.

Es conveniente solicitar a los alumnos que depositen los móviles o cualquier dispositivo tecnológico (relojes y calculadoras científicas), fuera de su alcance durante el examen.

ACTUACIÓN EN CASO DE PLAGIO

Si se detecta que un trabajo está plagado, constará como no presentado y el alumno en cuestión deberá volver a realizarlo, en forma y fecha que el tutor determine.

ACTUACIÓN EN CASO DE NO PRESENTARSE A LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN

Las pruebas no realizadas por causas justificadas se realizarán en las fechas fijadas en los días de recuperación, para no tener que hacer “exámenes a demanda”.

MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y ADAPTACIONES CURRICULARES

En el caso de tener alumnado con necesidades especiales, se estudiará junto equipo de orientación del centro, y el equipo educativo, qué medidas se deberían realizar. En tal caso serían adaptaciones metodológicas, procesos y procedimientos, nunca curriculares.

Teniendo en cuenta que en este nivel educativo no es posible realizar adaptaciones curriculares significativas, las medidas de atención a la diversidad en este módulo son las siguientes:

-A los alumnos que presentan un menor ritmo de aprendizaje se les prestará una atención más personalizada. Además, se les proporcionarán ejercicios de refuerzo.

-A aquellos alumnos cuyo aprendizaje progrese a un mayor ritmo se les proporcionarán ejercicios de ampliación.

A fecha de entrega de la programación el profesor no ha sido informado de la existencia de ningún alumno con discapacidad o con necesidades educativas especiales que requiera la adaptación de los criterios y los procedimientos de evaluación.

Por el mismo motivo no se contemplan adaptaciones metodológicas que garanticen la accesibilidad a las pruebas de evaluación.

REVISIONES EXÁMENES, ACLARACIONES Y RECLAMACIONES DE LA CALIFICACIÓN

Las revisiones de examen con el profesor se deberán formular en el plazo de dos días hábiles desde el conocimiento de la nota.

El procedimiento de aclaración de nota asociada a las evaluaciones trimestrales viene recogido en el artículo 18 de la Orden Edu/1575/2024 de 23 de diciembre en el que indica que se podrán solicitar las aclaraciones pertinentes por desacuerdo se realizarán el primer día hábil después de la comunicación de resultados.

El procedimiento de reclamación de nota final viene recogido en el artículo 19 de la Orden Edu/1575/2024 de 23 de diciembre en el que indica que se presentará ante la dirección del centro, en dos días hábiles a partir del siguiente del conocimiento de los resultados. La reclamación debe contener las alegaciones que justifiquen la conformidad.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES

ACTIVIDAD EXTRAESCOLAR

RA RELACIONADO

AE1: Se ha considerado pertinente planificar una visita la familia de Hostelería y Restauración del al CFP “Ciudad de Zamora” para observar in situ el protocolo de montaje de mesas.

RA 4

AE2: Ponencia por parte de la RRPP de Caja Rural de Zamora

RA 4 y RA 2

EVALUACIÓN DE LA PRACTICA DOCENTE

No existe una rúbrica unificada para la práctica de la evaluación docente.