



CICLO FORMATIVO GRADO SUPERIOR
GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIAS
TURÍSTICAS

CURSO
23/24

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA



MÓDULO
PROTOCOLO Y
RELACIONES
PÚBLICAS

PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

MÓDULO PROFESIONAL

PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS

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

Ciclo Formativo	TÉCNICO SUPERIOR EN GUÍA, INFORMACIÓN Y ASISTENCIAS TURÍSTICAS (GIAT) IES MONTERROSO (ESTEPOÑA-MÁLAGA)
Normativa que regula el título	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Real Decreto 1255/2009, de 24 de julio, por el que se establece el título de Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas y se fijan sus enseñanzas mínimas. ✓ Orden 13 de octubre de 2010, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas en Andalucía.
Módulo Profesional	PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS
Código	0172
Duración del Módulo	128 HORAS TOTALES/ 4 HORAS SEMANALES
Profesores	M ^a Juana Martínez Sánchez / Ángel Luis López Gutiérrez

1. INTRODUCCIÓN AL MÓDULO PROFESIONAL (MP)

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

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

2. PERFIL DEL ALUMNADO

El grupo de clase está formado por 14 alumnos de entre 18 y 57 años de edad, oscilando la media de edad en los 22 años. Comparten las siguientes características:

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

3. OBJETIVOS GENERALES ASOCIADOS AL MÓDULO PROFESIONAL

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

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

4. COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES (CP)

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

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

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RA)

Según la [Orden 13 de octubre de 2010](#), por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas, los RA que se pretenden conseguir en el alumnado son los siguientes:

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

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

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

7. CONTENIDOS BÁSICOS A TRABAJAR EN LAS UNIDADES DE TRABAJO

Los contenidos básicos se recogen en la [Orden 13 de octubre de 2010](#), por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas. Su distribución en las distintas unidades de trabajo es la siguiente:

UT	CONTENIDOS
UT 1 Protocolo institucional	Aplicación del protocolo institucional: <ul style="list-style-type: none"> • Protocolo institucional. Definición y elementos. • Sistemas de organización de invitados. • Tipos de presidencias • Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas. • Proyección de actos protocolarios. • Diseño de invitaciones. • Colocación y ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.
UT 2 Protocolo empresarial	Aplicación del protocolo empresarial: <ul style="list-style-type: none"> • Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales. • Manual protocolario y de comunicación de una empresa. Diseño. • Identificación del público objetivo y adecuación del acto. • Actos protocolarios empresariales. Diseño y aplicación del protocolo durante el acto. • Documentación asociada. • Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar.
UT 3 Las relaciones públicas	Aplicación de los fundamentos y los elementos de las RR.PP. en el ámbito turístico: <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos y principios de las RR.PP. • Aplicación y valoración de las RR.PP. en el ámbito turístico empresarial e institucional. • Recursos de las relaciones públicas. • Identidad corporativa. Identificación y caracterización. • Principales marcas de entidades del sector turístico. • La imagen corporativa. Concepto, componentes y tipos de imagen. • La imagen del turismo español. • La imagen del turismo andaluz. • Procesos y canales de comunicación. Selección de medios de comunicación adecuados. • La expresión corporal y la expresión verbal. Técnicas. La imagen personal. Habilidades sociales.
UT 4 La comunicación	Comunicación con los clientes: <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de la comunicación. • Comunicación no verbal. • Comunicación verbal. • Objetivos y variables de la atención al cliente.

	<ul style="list-style-type: none"> • Modalidades de atención al cliente. Contacto directo y no directo. Técnicas. • Puntos clave de una buena atención al cliente según la fase de contacto de este con la empresa. Actitudes y aptitudes. • Técnicas de dinamización e interacción grupal.
<p>UT 5 Gestión de reclamaciones</p>	<p>Gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quejas, reclamaciones y sugerencias. Conceptos formales y no formales. Valoración de su importancia. • Principales motivos de quejas del cliente de las empresas de hostelería y turismo. • Elementos de recogida de quejas, reclamaciones o sugerencias. • Fases de la gestión de quejas y reclamaciones. • Normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas turísticas. • Diseño de puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones.
<p>UT 6 Atención al cliente</p>	<p>Actitudes de atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actitud de servicio al cliente. • Actitud de empatía y simpatía. • Actitud de respeto hacia clientes, superiores, personal dependiente y compañeros. • Actitud profesional. • El valor de la discreción dentro del ámbito laboral. • El valor de la imagen corporativa.

8. METODOLOGÍA

<p>8.1. ESTRATEGIAS METODOLÓGICA S</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El alumno/a como protagonista de su propio aprendizaje a través de exposiciones orales donde desarrollar la competencia lingüística, la expresión oral y corporal con el fin de alcanzar la oratoria eficaz. ✓ Aprendizaje basado en saber, saber hacer y saber ser y estar. ✓ Asegurar la construcción de aprendizajes significativos a través de la movilización de conocimientos previos (motivación, intuición, creatividad). El propio alumnado participa en el proceso. ✓ Garantizar la funcionalidad de los aprendizajes, aprendizaje con sentido profesional, orientado al ámbito de la competencia profesional. ✓ Activar y movilizar los esquemas de conocimiento del alumnado, provocando desafíos cognitivos que permitan el avance y desarrollo. ✓ Promover una intensa actividad mental que le lleve a reflexionar y justificar sus actuaciones. ✓ Formación y uso de herramientas digitales y teletrabajo. ✓ Formación en habilidades sociales y soft skills. ✓ Promover la reflexión, el razonamiento y la participación activa facilitando una intensa actividad en el alumnado en un clima de aceptación mutua y de cooperación en clase.
<p>8.2. ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Actividades de inicio: dinámicas de grupo y ejercicios de respiración y vocalización. Desarrollo y práctica de habilidades sociales. ✓ Actividades de desarrollo de los contenidos: destinadas a la adquisición de nuevos conocimientos. Manejo de diversas fuentes de información, búsqueda en internet, trabajos y exposiciones orales individuales y en grupo. ✓ Actividades de refuerzo: para alumnado que no ha alcanzado los resultados de aprendizaje previsto. Exposición de conceptos básicos, resolución de dudas, actividades con menor nivel de exigencia. ✓ Actividades de ampliación: permiten profundizar los conocimientos. Actividades, trabajos y exposiciones adicionales.
<p>8.3. MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Libro de texto de referencia: MUÑOZ BODA, M^a Soledad: Protocolo y Relaciones Públicas. Editorial Paraninfo, 2016. ✓ Material audiovisual: Videos, presentaciones con diapositivas. ✓ Aula polivalente con ordenadores, webcam, altavoces y conexión wifi. ✓ Cañón de proyección, pantalla, altavoces y pizarra blanca. ✓ Webgrafía relacionada con el protocolo y las relaciones públicas.
<p>8.4. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención individualizada: via email, teléfono, videoconferencia, distribución en el espacio, ritmos de trabajo y otros. ✓ Objetivos: en relación con los resultados de aprendizaje desarrollados en diferente grado por el alumnado. ✓ Agrupamientos: trabajo en equipo, grupos interactivos y tutorización de iguales. ✓ Tutorización y orientación grupal e individualizada. ✓ Actividades de refuerzo y ampliación.
<p>8.5 METODOLOGÍA BILINGÜISMO</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ No hay una metodología única y específica para la educación bilingüe, sino una combinación de prácticas didácticas empleadas tanto en las áreas lingüísticas como en las áreas o módulos profesionales no lingüísticos. ✓ Se impone el eclecticismo para recoger lo mejor de cada propuesta y así adaptarse a diferentes realidades educativas. ✓ Flexibilidad en los elementos que intervienen en el proceso de enseñanza y aprendizaje: espacios, tiempos, agrupamientos, ritmos de aprendizaje, nivel

	<p>de competencia de L2 y proyecto educativo de centro.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dentro del trabajo por competencias, la competencia en comunicación lingüística ocupa un lugar destacado dentro de la enseñanza bilingüe. ✓ El aprendizaje por tareas se adapta perfectamente al enfoque AICLE que se sigue en los centros bilingües. Citando a Jean Duverger, es necesario “Entreprendre pour apprendre”, por eso fomentaremos el trabajo del alumnado por proyectos o tareas ya que los enfoques de aprendizajes pasivos no resultan hoy en día muy atractivos para el alumnado y además, está demostrado que se aprende haciendo. ✓ Al tener el módulo profesional carácter de bilingüe en inglés, se concretarán en la Programación de Aula la metodología, recursos, las actividades de aprendizaje, instrumentos de evaluación, y criterios de calificación que se utilizarán en cada unidad de trabajo.
--	--

9. UNIDADES DIDÁCTICAS, RA Y TEMPORALIZACIÓN

RA (Resultados de aprendizaje)	UT (Unidades de trabajo)	TRIMESTRE	HORAS	%NOTA
RA 1: Aplica el protocolo institucional analizando los diferentes sistemas de organización y utilizando la normativa de protocolo y precedencias oficiales.	1. Protocolo institucional.	1	24	20%
RA2. Aplica el protocolo empresarial describiendo los diferentes elementos de diseño y organización según la naturaleza, el tipo de acto, así como al público al que va dirigido.	2. Protocolo empresarial.	1	20	15%
RA3. Aplica los fundamentos y elementos de las relaciones públicas (RR.PP.) en el ámbito turístico seleccionando y aplicando las técnicas asociadas.	3. Las relaciones públicas.	2	20	15%
RA 4. Establece comunicación con el cliente relacionando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.	4. La comunicación.	2	24	20%
RA 5. Gestiona las quejas, reclamaciones y sugerencias describiendo las fases establecidas de resolución asociadas, para conseguir una correcta satisfacción del cliente.	5. Gestión de reclamaciones.	3	20	15%
RA 6. Demuestra actitudes de correcta atención al cliente analizando la importancia de superar las expectativas de los clientes con relación al trato recibido.	6. Atención al cliente	3	20	15%
TOTAL			128	100%

10. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 1	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional. b) Se han determinado los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales. c) Se han caracterizado los diferentes sistemas de ordenación de los invitados en función del tipo de acto a organizar. d) Se ha reconocido la normativa de protocolo y precedencias oficiales del Estado y otras instituciones. e) Se han realizado los programas protocolarios en función del evento a desarrollar. f) Se ha caracterizado el diseño y planificación de actos protocolarios. g) Se han diseñado diferentes tipos de invitaciones en relación con diferentes tipos de acto. h) Se ha determinado la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios.
RA 2	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han caracterizado la naturaleza y el tipo de actos a organizar. b) Se han diseñado manuales protocolarios y de comunicación. c) Se ha identificado el público al que va dirigido. d) Se han identificado los elementos de organización y diseño de actos protocolarios empresariales (presidencia, invitados, día, hora, lugar, etc.). e) Se ha verificado la correcta aplicación del protocolo durante el desarrollo del acto. f) Se ha enumerado la documentación necesaria según el acto para su correcto desarrollo. g) Se ha elaborado el programa y cronograma del acto a organizar. h) Se ha calculado el presupuesto económico del acto a organizar.
RA 3	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han definido los fundamentos y principios de las RR.PP. b) Se han identificado y caracterizado los elementos de identidad corporativa en empresas e instituciones turísticas. c) Se han identificado las principales marcas de entidades públicas y privadas del sector turístico. d) Se ha identificado y clasificado el concepto de imagen corporativa y sus componentes. e) Se han reconocido distintos tipos de imagen proyectadas por empresas e instituciones turísticas. f) Se han identificado los procesos y los canales de comunicación. g) Se han aplicado diversas técnicas de expresión verbal y no verbal. h) Se han reconocido y valorado los diferentes recursos de las relaciones públicas. i) Se han seleccionado diferentes medios de comunicación dependiendo del producto a comunicar. j) Se ha valorado la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas e instituciones turísticas.
RA 4	<ul style="list-style-type: none"> a) Se han analizado los objetivos de una correcta atención al cliente. b) Se han caracterizado las técnicas de atención al cliente. c) Se han diferenciado las modalidades de atención al cliente. d) Se han aplicado las acciones del contacto directo y no directo. e) Se han utilizado las técnicas de comunicación con el cliente. f) Se han caracterizado los diferentes tipos de clientes. g) Se han demostrado las actitudes y aptitudes en los procesos de atención al cliente. h) Se han definido las técnicas de dinamización e interacción grupal.
RA 5	<ul style="list-style-type: none"> 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.

	<p>g) Se han diseñado los puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al cliente y gestión de quejas y reclamaciones.</p>
RA 6	<p>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.</p>

11. EVALUACIÓN, INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

<p>CONSIDERACIONES GENERALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La evaluación se realiza teniendo en cuenta los RA y los CE, así como las competencias y objetivos generales del Ciclo Formativo asociados al módulo y establecidos en la normativa. ✓ Se trata de una evaluación continua, por lo que para aplicar dicha evaluación continua se requiere la asistencia regular a clase del alumno/a y su participación en las actividades programadas. ✓ No se pueden poner mínimos en la nota de un instrumento de evaluación (por ejemplo, un mínimo de 3 en el examen para hacer media con trabajos, ejercicios de clase...). ✓ Las ausencias del alumno/a, con carácter general, tendrán como consecuencia la imposibilidad de evaluar con determinados CE a dicho alumno/a en el proceso de evaluación continua, cuando dichas ausencias coincidan con la aplicación de actividades de evaluación relacionadas con determinados CE que no vuelvan a ser evaluados durante el curso. En estos casos los alumnos/as tendrán derecho a ser evaluados aplicando dichos CE en el periodo de recuperación/mejora de la calificación entre la 2ª evaluación parcial y la final.
<p>INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Para las tareas/proyectos: rúbricas y plantillas de corrección. ✓ Para las presentaciones: rúbricas. ✓ Para los debates: rúbricas. ✓ Para las notas de clase: fichas de registro de observación. ✓ Para cualquier otro tipo de actividades: rúbricas y plantillas de corrección. ✓ Para exámenes: pruebas escritas (test, preguntas cortas, desarrollo), pruebas orales, pruebas de ejecución... con sus correspondientes plantillas de corrección.
<p>CRITERIOS DE CALIFICACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ En el apartado 1 del Art. 16 de la Orden de 29 de septiembre de 2010, indica que “la evaluación conllevará una calificación que reflejará los resultados obtenidos por el alumno o alumna en su proceso de enseñanza-aprendizaje. La calificación de los módulos profesionales de formación en el centro educativo y del módulo profesional de proyecto se expresará en valores numéricos de 1 a 10, sin decimales. Se considerarán positivas las iguales o superiores a 5 y negativas las restantes”. ✓ El peso de los distintos RA sobre la calificación final será la detallada en el punto 9. Unidades didácticas, RA y temporalización. La ponderación correspondiente a cada uno de los Criterios de Evaluación relacionados con cada uno de los RA quedará establecida en la programación de aula. ✓ La calificación del MP será la media ponderada (según lo dicho en el punto anterior) de las calificaciones de cada uno de los RA, observando siempre que se hayan superado todos los RA. ✓ Para superar el MP el alumno/a deberá alcanzar todos los RA asociados al módulo, cada uno con una calificación igual o superior a 5, entendida para cada RA como evidencia de la adquisición del mismo. ✓ Para superar un RA se hará la media ponderada (según la programación del aula) de las calificaciones de cada CE. Se superará con calificación mayor o igual a 5. ✓ En caso de no superar el RA sí se considerarán superados los CE de dicho RA con calificación mayor o igual a 5.

- ✓ En el periodo ordinario de evaluación los criterios de calificación se establecerán para cada UT/RA ligados a los instrumentos de evaluación utilizados.
- ✓ No se puede incluir % de actitud (competencias personales y sociales) de manera independiente con un peso en la nota global. Pueden valorarse en los distintos instrumentos de evaluación.
- ✓ Las calificaciones que obtenga el alumnado en la recuperación sustituirán a las calificaciones anteriores. Por consiguiente, dichas calificaciones, junto con las que obtuvo en los criterios de evaluación que sí superó en su momento, generarán una nueva calificación final del MP que será la que aparecerá como nota de evaluación final.
- ✓ En el caso del alumnado que quiera mejorar su calificación, se mantendrá la nota más alta considerando la que obtuvo en un primer momento y la que ha obtenido en este proceso de mejora de calificación. Por consiguiente, dichas calificaciones, junto con las que obtuvo en los criterios de evaluación que no han sido objeto de mejora, generarán una nueva calificación final del MP que aparecerá como nota de evaluación final.
- ✓ La nota trimestral será la media ponderada (según programación) de las UT/RA del trimestre. La nota final será la media ponderada (según programación) de todas las UT/RA.
- ✓ Las notas trimestrales y finales se redondean.

11. APOYO, REFUERZO Y RECUPERACIÓN

- ✓ Se recogerán en la Programación de Aula durante el periodo ordinario de evaluación las actividades de apoyo dirigidas a ayudar a los alumnos/as que necesiten de medidas encaminadas a facilitarles el logro de determinados RA.
- ✓ Las actividades de refuerzo, recuperación o mejora de los RA y CE previstas para el periodo de recuperación/mejora se recogerán específicamente en el Plan Individualizado de Recuperación/Mejora.
- ✓ Al inicio de ese periodo de recuperación/mejora el profesor entregará a cada alumno/a el Plan Individualizado de Recuperación/Mejora que recogerá:
 - RA y CE no superados/ mejorables.
 - Plan de trabajo.
 - Momentos e instrumentos de evaluación.
 - Criterios de calificación.
 - Horario y calendario
 - Información de la obligatoriedad de asistir a las clases de ese periodo

ANEXO: UNIDADES DE TRABAJO DEL MÓDULO PROFESIONAL

UT 1 PROTOCOLO INSTITUCIONAL		Nº HORAS/%	Trimestre
RA	1. Aplica el protocolo institucional analizando los diferentes sistemas de organización y utilizando la normativa de protocolo y precedencias oficiales.	24/ 20	1ª evaluación
		OG	CP
		d), e), f)	d), f), i)
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
<p>Aplicación del protocolo institucional:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Protocolo institucional. Definición y elementos. - Sistemas de organización de invitados. - Tipos de presidencias - Interés por la normativa en materia de protocolo y precedencias oficiales del Estado y de las Comunidades Autónomas. - Proyección de actos protocolarios. - Diseño de invitaciones. - Colocación y ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios. 		<ul style="list-style-type: none"> a) Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional. b) Se han determinado los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales. c) Se han caracterizado los diferentes sistemas de ordenación de los invitados en función del tipo de acto a organizar. d) Se ha reconocido la normativa de protocolo y precedencias oficiales del Estado y otras instituciones. e) Se han realizado los programas protocolarios en función del evento a desarrollar. f) Se ha caracterizado el diseño y planificación de actos protocolarios. g) Se han diseñado diferentes tipos de invitaciones en relación con diferentes tipos de acto. h) Se ha determinado la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios. 	

UT 2 PROTOCOLO EMPRESARIAL		Nº HORAS/%	Trimestre
RA	2. Aplica el protocolo empresarial describiendo los diferentes elementos de diseño y organización según la naturaleza, el tipo de acto, así como al público al que va dirigido.	20/15	1ª evaluación
		OG	CP
		d), e), h), i)	d), e), h), i)
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
<p>Aplicación del protocolo empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipos y objetivos de los actos protocolarios empresariales. - Manual protocolario y de comunicación de una empresa. Diseño. - Identificación del público objetivo y adecuación del acto. - Actos protocolarios empresariales. Diseño y aplicación del protocolo durante el acto. - Documentación asociada. - Elaboración del programa y cronograma del acto a organizar. 		<ul style="list-style-type: none"> a) Se han caracterizado la naturaleza y el tipo de actos a organizar. b) Se ha diseñado un manual protocolario y de comunicación. c) Se ha identificado el público al que va dirigido. d) Se han identificado los elementos de organización y diseño de actos protocolarios empresariales (presidencia, invitados, día, hora, lugar, etc.). e) Se ha verificado la correcta aplicación del protocolo durante El desarrollo del acto. f) Se ha enumerado la documentación necesaria según el acto para su correcto desarrollo. g) Se ha elaborado el programa y cronograma del acto a organizar. h) Se ha calculado el presupuesto económico del acto a organizar. 	

UT 3 LAS RELACIONES PÚBLICAS		Nº HORAS/%	Trimestre
RA	3. Aplica los fundamentos y elementos de las relaciones públicas (RR.PP.) en el ámbito turístico seleccionando y aplicando las técnicas asociadas.	20/15	2ª evaluación
		OG	CP
		d), e), h), i)	d), i)
CONTENIDOS		CRITERIOS DE EVALUACIÓN	
<p>Aplicación de los fundamentos y los elementos de las RR.PP. en el ámbito turístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos y principios de las RR.PP. - Aplicación y valoración de las RR.PP. en el ámbito turístico empresarial e institucional. - Recursos de las relaciones públicas. - Identidad corporativa. Identificación y caracterización. <p>Principales marcas de entidades del sector turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La imagen corporativa. Concepto, componentes y tipos de imagen. - La imagen del turismo español. - La imagen del turismo andaluz. <p>-Procesos y canales de comunicación. Selección de medios de comunicación adecuados.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La expresión corporal y la expresión verbal. <p>Técnicas. La imagen personal. Habilidades sociales.</p>		<p>a) Se han definido los fundamentos y principios de las RR.PP.</p> <p>b) Se han identificado y caracterizado los elementos de identidad corporativa en empresas e instituciones turísticas.</p> <p>c) Se han identificado las principales marcas de entidades públicas y privadas del sector turístico.</p> <p>d) Se ha identificado y clasificado el concepto de imagen corporativa y sus componentes.</p> <p>e) Se han reconocido distintos tipos de imagen proyectadas por empresas e instituciones turísticas.</p> <p>f) Se han identificado los procesos y los canales de comunicación.</p> <p>g) Se han aplicado diversas técnicas de expresión verbal y no verbal.</p> <p>h) Se han reconocido y valorado los diferentes recursos de las relaciones públicas.</p> <p>i) Se han seleccionado diferentes medios de comunicación dependiendo del producto a comunicar.</p> <p>j) Se ha valorado la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas e instituciones turísticas.</p> <p>k) Se ha identificado y caracterizado la imagen del turismo español y andaluz.</p>	

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

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

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