

PROTOCOLO Y RELACIONES PÚBLICAS.

Curso 2019-20

CURSO: 1º CFGS AGENCIAS DE VIAJES Y GESTIÓN DE EVENTOS

DEPARTAMENTO: HOSTELERÍA Y TURISMO

SUMARIO

1. INTRODUCCIÓN	pág. 3
2. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓD. EN REFERENCIA AL CF	pág. 3
3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	pág. 4
4. DISTRIBUCIÓN Y DESARROLLO DE LOS CONTENIDOS	pág. 5
5. METODOLOGÍA	pág. 27
6. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE Y DE LA ENSEÑANZA	pág. 27
7. MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD	pág. 33
8. MATERIALES DIDÁCTICOS	pág. 35
9. TEMAS TRANSVERSALES	pág. 36
10. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES	pág. 37
11. BIBLIOGRAFÍA	pág. 22

1. INTRODUCCIÓN:

El Módulo Profesional de Inglés Turístico se imparte en el Ciclo Formativo de Grado Superior de Agencia de Viajes y Gestión de Eventos, recogido en el Real Decreto 1254/2009, de 24 de julio.

Duración del Módulo: 128 horas repartidas en 4 horas semanales de clase en el primer curso.

La normativa legal que se ha tenido en cuenta para la elaboración de los distintos apartados de esta programación didáctica se divide en tres apartados:

Normativa general:

- [Real Decreto 1147/2011](#), de 29 de julio, por el que se establece la ordenación general de la formación profesional del sistema educativo.
- [Decreto 359/2011](#), de 7 de diciembre, por el que se regulan las modalidades semipresencial y a distancia de las enseñanzas de Formación Profesional Inicial, de Educación Permanente de Personas Adultas, especializadas de idiomas y deportivas, se crea el Instituto de Enseñanzas a Distancia de Andalucía y se establece su estructura orgánica y funcional.
- [Orden de 21 de junio de 2012](#), por la que se regula la organización y el funcionamiento del Instituto de Enseñanzas a Distancia de Andalucía, el horario del profesorado y la admisión y matriculación del alumnado.
- [Decreto 436/2008](#), de 2 de septiembre, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas de la Formación Profesional inicial que forma parte del sistema educativo.

Normativa del Título:

- [Orden de 13 de octubre de 2010](#), por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.

Normativa de evaluación:

- [Orden de 29 de septiembre de 2010](#), por la que se regula la evaluación, certificación, acreditación y titulación académica del alumnado que cursa enseñanzas de formación profesional inicial que forma parte del sistema educativo en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Este módulo se imparte en el primer curso y tiene una carga horaria de 128 horas a lo largo del curso que se distribuirán en 4 horas semanales.

2. OBJETIVOS GENERALES DEL MÓDULO EN REFERENCIA AL C.F:

1. Identificar y seleccionar información sobre los consumidores, la competencia y la evolución del sector aplicando las técnicas de investigación apropiadas para reconocer las oportunidades de negocio.
2. Analizar información sobre proveedores de servicios, estándares de calidad, precios de mercado y demanda de clientes, aplicando procedimientos establecidos y la normativa vigente para programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos.
3. Analizar información sobre el mercado de reuniones y demanda de clientes, determinando los recursos propios y ajenos y las necesidades de coordinación para programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos.
4. Valorar variables económicas y de calidad, aplicando diferentes métodos para seleccionar los proveedores.
5. Analizar las herramientas y estrategias del marketing reconociendo sus fases y aplicaciones para proponer programas de promoción, comunicación y distribución.
6. Seleccionar servicios turísticos y análogos, identificando las necesidades, motivaciones y expectativas de los consumidores para asesorar y proponer la mejor alternativa al cliente, empleando al menos dos idiomas extranjeros.

7. Identificar tarifas de diferentes servicios y proveedores, cotizando y/o calculando el importe teniendo en cuenta la normativa vigente para reservar los derechos de uso de servicios y productos turísticos.
8. Caracterizar la documentación propia de las agencias de viajes y de los proveedores de servicios, aplicando diversos procedimientos para emitir la documentación oportuna relativa a viajes y otros servicios.
9. Analizar recursos humanos y materiales, caracterizando puestos, funciones de personal y equipamiento para establecer estructuras organizativas y administrar departamentos de agencias de viajes.
10. Analizar los procesos de facturación y liquidación con clientes y proveedores, identificando los requisitos legales, económicos y empresariales para desarrollar las tareas de administración en las agencias de viajes y la gestión de eventos.
11. Caracterizar aplicaciones informáticas y de gestión, así como las TIC, reconociendo su utilidad para incrementar la eficacia de los servicios prestados.
12. Caracterizar los procedimientos de los servicios y las actuaciones post-venta, seleccionando las técnicas más adecuadas para aplicar protocolos de calidad.
13. Analizar las actitudes positivas, valorando la participación, respeto, tolerancia e igualdad de oportunidades entre las personas para motivar al personal a su cargo.
14. Reconocer e identificar posibilidades de negocio, analizando el mercado y estudiando la viabilidad de los proyectos para mantener el espíritu empresarial.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

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 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 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.

4. DISTRIBUCIÓN Y DESARROLLO DE LOS CONTENIDOS:

UNIDAD DIDÁCTICA 1

INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

- 1.1. Introducción
- 1.2. Definición.
- 1.3. Origen y evolución del protocolo
- 1.4. Conceptos básicos del protocolo
 - 1.4.1. Los Grandes de España
 - 1.4.2. La nobleza
 - 1.4.3. La heráldica
 - 1.4.4. La bandera
 - 1.4.5. Las condecoraciones
- 1.5. La importancia del dominio del protocolo en las empresas de hostelería y proyección de los actos protocolarios.
- 1.6. Reglas básicas del protocolo
- 1.7. Tipos de protocolo: institucional, empresarial, eclesiástico, militar, deportivo, real y social

Contenidos Procedimentales

1. Identificación del origen y la evolución del protocolo.
2. Análisis e interpretación de los conceptos básicos del protocolo.
3. Análisis de la importancia del dominio del protocolo en las empresas de hostelería.
4. Análisis de las reglas básicas del protocolo.
5. Identificación de los distintos tipos de protocolo.

Contenidos Actitudinales

1. Valoración de la importancia del dominio del protocolo en las empresas de hostelería.
2. Interés del alumnado por el protocolo en que se apoyará para desarrollar su futura actividad profesional.
3. Predisposición por parte del alumnado para enfocar la actividad turística desde la perspectiva de las diferentes tendencias, opiniones, costumbres, tipologías, razas, etc., con las que deberá afrontar cualquier actividad relacionada con el protocolo.

- **Temporalización:** 10 horas

- **Criterios de evaluación:**

1. Se ha definido el protocolo y los conceptos básicos del mismo.
2. Se han identificado las reglas básicas del protocolo.
3. Se ha reconocido la importancia del dominio del protocolo en las empresas de hostelería y turismo.

- **Actividades:**

- Buscar información en internet sobre cada tipo de protocolo
 - <http://www.grandesp.org.uk>
 - <http://www.protocolo.org>
 - <http://protocoloycomunicación.blogspot.com>
 - <http://www.hosteleriayturismo.net>
 - <http://www.nuevahosteleria.com>
- Buscar los títulos históricos que posee Su Majestad el Rey D. Juan Carlos.
- Buscar los principales Grandes de España.
- Enumerar las reglas básicas del protocolo y analizar si en un acto público de libre elección se cumplen rigurosamente.
- Realizar una agrupación de actos públicos de un periódico de prensa nacional, de un día en concreto, según la tipología de protocolos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2

APLICACIÓN DEL PROTOCOLO INSTITUCIONAL

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción.
2. Definición.
3. Elementos del Estado del protocolo institucional
 - 3.1. Las banderas
 - 3.2. Los himnos
 - 3.3. Títulos nobiliarios
 - 3.4. El escudo de España
 - 3.5. Las condecoraciones
4. Protocolo de la Administración General del Estado
 - 4.1. Legislación fundamental que regula el protocolo de la Administración General del Estado
5. Tratamientos protocolarios
 - 5.1. Administración General del Estado
 - 5.2. Comunidades Autónomas, diputaciones y ayuntamientos
 - 5.3. Relaciones de tratamientos oficiales
 - 5.4. El Código del Buen Gobierno
6. Normativa en materia de protocolo sobre precedencias en los actos oficiales públicos
7. Organización de invitados
 - 7.1. Sistemas de presidencia
 - 7.2. Normas para la colocación de comensales
 - 7.3. Sistemas de organización de invitados
8. Las visitas de Estado

Contenidos Procedimentales

1. Identificación del protocolo institucional.

2. Análisis e interpretación de los elementos de Estado del protocolo institucional.
3. Análisis legislación que regula el protocolo en la Administración General del Estado.
4. Identificación y análisis de las normas de organización de invitados
5. Análisis del procedimiento de las visitas de Estado

Contenidos Actitudinales

1. Valoración de la importancia del protocolo en las A.A.V.V.
2. Desarrollar y valorar la importancia de la empatía.
3. Concienciarse de la necesidad de una organización rigurosa y eficaz.
4. Mostrar una actitud positiva frente a problemas y situaciones.
5. Conceder importancia a la necesidad de ser profesional.

- **Temporalización:** 17 horas

- **Criterios de evaluación:**

1. Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional.
2. Se han determinado los criterios para establecer la presidencia en los actos oficiales.
3. Se han caracterizado los diferentes sistemas de ordenación de los invitados en función del tipo de acto a organizar.
4. Se ha reconocido la normativa de protocolo y precedencias oficiales del Estado y otras instituciones.
5. Se han realizado programas protocolarios en función del evento a desarrollar
6. Se han determinado la ordenación de banderas dentro de los actos protocolarios

- **Actividades:**

- A partir de un acto institucional de gran repercusión mediática, identificar los elementos de Estado que aparecen dentro del protocolo institucional.
- Simular que trabajamos en un hotel en el que tendrá lugar la presentación del “coche” de una importante empresa. Al acto acudirán 100 personas. Tienen que diseñar el tipo de acto más adecuado y establecer; las características, los

sistemas de presidencias, los sistemas de precedencias, la colocación de invitados según un plano y la ordenación de banderas si procede.

- A partir de una lista de palabras, especificar los tratamientos que se otorgan: (Duque, Barón, Ministro de Justicia, Secretario de Estado, Diputados, Senadores...).
- Realización de supuestos prácticos con banderas, siguiendo la normativa de colocación de banderas.
- Establecer la colocación de banderas en España: de la comunidad autónoma, ayuntamientos, España y Europa
- Ordenar las precedencias de un acto que se celebra en Sevilla según la legislación vigente. Al evento acuden: Alcalde del municipio, Presidente del Gobierno, Subdelegado del Gobierno, Jefe de la Oposición, Presidente de la Asamblea Legislativa de la CCAA, Delegado de Gobierno en la CCAA.
- Elegir la bandera de Sevilla y el escudo de la provincia y explicar sus peculiaridades.
- Establecer la colocación de los invitados a un acto institucional, según el protocolo institucional regulado por RD 2099/83 sobre la ordenación general de precedencias de Estado.

UNIDAD DIDÁCTICA 3

APLICACIÓN DEL PROTOCOLO EMPRESARIAL

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción
2. Definición del protocolo empresarial
3. Objetivos de actos protocolarios empresariales
 - 3.1. Ideas básicas para la persuasión y la negociación
 - 3.2. Entorno de la negociación
 - 3.3. Atenciones especiales en los negocios: protocolo empresarial
4. Diseño y elementos de los actos protocolarios empresariales
 - 4.1. Reglas básicas del protocolo empresarial internacional
5. Tipos de actos protocolarios empresariales
 - 5.1. Rápidos y sencillos
 - 5.2. Reuniones de trabajo con buffet
 - 5.3. Reuniones de trabajo con acompañante
 - 5.4. Reuniones profesionales
6. La despedida

Contenidos Procedimentales

1. Identificación del protocolo empresarial.
2. Análisis e interpretación de los elementos de los actos protocolarios empresariales.
3. Identificación y análisis de los tipos de actos protocolarios empresariales
4. Análisis del procedimiento de las despedidas

Contenidos Actitudinales

1. Valoración de la importancia de la información y su utilización en las empresas turísticas.
2. Desarrollo de un sentido crítico frente a información obtenida de fuentes internas y externas.
3. Valorar la importancia del trabajo en equipo y de una coordinación eficaz.

- **Temporalización:** 15 horas

- **Criterios de evaluación:**
 1. Se han caracterizado la naturaleza y el tipo de actos a organizar
 2. Se ha diseñado un manual protocolario y de comunicación.
 3. Se ha identificado el público al que va dirigido

- **Actividades:**
 - Buscar en Internet o un periódico de actualidad las principales noticias de reuniones empresariales que han tenido lugar en nuestro país o fuera del mismo.
 - www.protocolo.org
 - www.estoesmarketing.com
 - www.protocoloycomunicación.net
 - www.hosteleríayturismo.net
 - www.nuevahosteleria.com
 - Posteriormente analizar y debatir la organización del protocolo (tipo de acto, fotografías, anfitriones, invitados, desarrollo de la reunión)
 - Como comercial interno del Hotel Sevilla, desarrollar los actos que recomendarías para la organización de un evento en el que se va a homenajear a dos directivos que se jubilan en una empresa multinacional. Tipo de acto protocolario, organización, atenciones especiales y regalos.
 - Simular fórmulas de saludos y despedidas en distintas circunstancias
 - Asesorar a una empresa que quiere organizar unas jornadas a puertas abiertas, tipos de actos, como sería el protocolo en cada caso.

UNIDAD DIDÁCTICA 4

ELABORACIÓN DEL PROGRAMA Y CRONOGRAMA DE UN ACTO

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción
2. Fases en la organización de actos
 - a. Fase de preparación
 - b. Fase de elaboración del proyecto
 - c. Fase de ejecución
 - d. Evaluación del acto
3. Confección del presupuesto económico: recursos necesarios para organizar actos
4. Programa y cronograma del acto
5. Diseño de invitaciones
6. La coordinación del evento

Contenidos Procedimentales

1. Identificación del programa y cronograma de un acto.
2. Análisis e interpretación de los elementos de los programas y cronogramas.
3. Identificación y análisis de las fases en la organización de los actos.
4. Análisis del presupuesto económico.
5. Coordinación del evento.

Contenidos Actitudinales

1. Valoración de la importancia de la información y su utilización en las empresas turísticas.
2. Desarrollo de un sentido crítico frente a información obtenida de fuentes internas y externas.
3. Valorar la importancia del trabajo en equipo y de una coordinación eficaz.

- **Temporalización:** 17 horas

- **Criterios de evaluación:**

- a) Se han identificado los elementos de organización y diseño de actos protocolarios empresariales (presidencia, invitados, día, hora, lugar, etc.).
- b) Se ha verificado la correcta aplicación del protocolo durante el desarrollo del acto.
- c) Se ha enumerado la documentación necesaria según el acto para su correcto desarrollo.
- d) Se ha elaborado el programa y cronograma del acto a organizar.
- e) Se ha calculado el presupuesto económico del acto a organizar.

- **Actividades:**

- Buscar en Internet o un periódico de actualidad las principales noticias de reuniones empresariales que han tenido lugar en nuestro país o fuera del mismo.
 - www.protocolo.org
 - www.estoesmarketing.com
 - www.protocoloycomunicación.net
 - www.hosteleríayturismo.net
 - www.nuevahosteleria.com
- Caso práctico: un hotel es el primer hotel inteligente de nuestra ciudad. El Alcalde de la ciudad realizará una visita guiada a las instalaciones. ¿qué tipo de acto aconsejarían los alumnos?
- Realizar las invitaciones a las personalidades que deberían asistir al acto
- Redactar las cartas de invitación
- Elaborar el programa y cronograma del acto.
- Precedencias y colocación de invitados
- Elaboración de la documentación necesaria para su correcta organización
- Texto de placa conmemorativa
- Regalos
- Organización del cóctel
- Redactar carta de agradecimiento por la asistencia al evento
- Confección del presupuesto económico con los recursos necesarios.

- Confección y elaboración del programa y cronograma de la inauguración del barco de cruceros más grande del mundo

UNIDAD DIDÁCTICA 5

LAS RELACIONES PÚBLICAS

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción
2. Concepto
3. Origen y antecedentes y históricos
4. El perfil profesional de las relaciones públicas
 - a. Perfil
 - b. Conocimientos
 - c. Funciones
 - d. Responsabilidades
 - e. Imagen y apariencia personal
5. Objetivos de las relaciones públicas
6. El departamento de relaciones públicas
 - a. Personal del departamento de relaciones públicas
 - b. Contratos del personal de relaciones públicas
7. Ética de la profesión de los relaciones públicas

Contenidos Procedimentales

1. Identificación origen y antecedentes de las relaciones públicas.
2. Análisis e interpretación de los elementos del profesional de las relaciones públicas.
3. Identificación y análisis de los objetivos de los relaciones públicas
4. Análisis del departamento de relaciones públicas

Contenidos Actitudinales

1. Valoración de la importancia de la información y su utilización en las empresas turísticas.
2. Desarrollo de un sentido crítico frente a información obtenida de fuentes internas y externas.

3. Valorar la importancia del trabajo en equipo y de una coordinación eficaz.

- **Temporalización:** 12 horas

- **Criterios de evaluación:**
 - a) Se han identificado los antecedentes de las relaciones públicas.
 - b) Se ha caracterizado el perfil del profesional de las relaciones públicas.
 - c) Se han identificado los elementos que componen un departamento de relaciones públicas.

- **Actividades:**
 - Buscar en Internet o un periódico de actualidad las principales noticias de reuniones empresariales que han tenido lugar en nuestro país o fuera del mismo.
 - www.protocolo.org
 - www.estoesmarketing.com
 - www.protocoloycomunicación.net
 - www.hosteleríayturismo.net
 - www.nuevahosteleria.com
 - Enumeración de los requisitos indispensables para un relaciones publicas
 - Argumentar los motivos por los que las grandes empresas necesitan contratar los servicios de relaciones públicas
 - Enumerar, un listado, de actitudes que consideras no éticas en la profesión de relaciones publicas

UNIDAD DIDÁCTICA 6

APLICACIONES DE LOS FUNDAMENTOS Y LOS ELEMENTOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción
2. Elementos de las relaciones públicas
3. Aplicación de los fundamentos de las relaciones públicas: el público y la adecuación de la actividad
 - a. Público interno
 - b. Público externo
4. Fases en la aplicación y valoración de las relaciones públicas en el ámbito turístico empresarial e institucional
5. La identidad corporativa
 - a. Definición
 - b. Clasificación
 - c. Elementos
 - d. Marcas y Logotipo
6. La identidad institucional
7. La imagen corporativa
 - a. Identificación y clasificación
 - b. Elementos básicos de la imagen visual
 - c. Tipos de imagen: ideal, real y proyectada
 - d. El valor de la imagen corporativa
8. Elaboración del manual corporativo e imagen
9. La imagen del turismo español

Contenidos Procedimentales

1. Identificación los elementos de las relaciones públicas
2. Aplicación de los fundamentos de las relaciones públicas

3. Análisis e interpretación de las fases en la aplicación de las relaciones públicas en el ámbito turístico e institucional.
4. Identificación y análisis de la identidad corporativa
5. Análisis de la imagen del turismo español

Contenidos Actitudinales

1. Valoración de la importancia de la información y su utilización en las empresas turísticas.
2. Desarrollo de un sentido crítico frente a información obtenida de fuentes internas y externas.
3. Valorar la importancia del trabajo en equipo y de una coordinación eficaz.

- **Temporalización:** 15 horas

- **Criterios de evaluación:**

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.

k) Se ha identificado y caracterizado la imagen del turismo español y andaluz.

- **Actividades:**

- Buscar en Internet o un periódico de actualidad las principales noticias de reuniones empresariales que han tenido lugar en nuestro país o fuera del mismo.

- www.protocolo.org
- www.estoesmarketing.com
- www.protocoloycomunicación.net
- www.hosteleríayturismo.net
- www.nuevahosteleria.com

- Seleccionar 5 empresas turísticas y analizar los elementos de la identidad corporativa.

- Elegir una empresa de nueva creación en el sector turístico y diseñar y justificar:

- La identidad corporativa: cultura empresarial, público objetivo y posicionamiento previsto en el mercado
- Público interno y externo de la empresa con el detalle de las actividades que el relaciones públicas desarrollará
- La imagen corporativa: tipo de imagen, marca, logo y soportes

UNIDAD DIDÁCTICA 7

LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA COMUNICACIÓN

• **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción
2. Proceso de comunicación
 - 2.1. Elementos de la comunicación
 - 2.2. Pasos en el proceso de comunicación
 - 2.3. La distorsión en la comunicación
3. comunicación verbal: técnicas de expresión
4. Comunicación no verbal
 - 4.1. La expresión facial
 - 4.2. La expresión corporal
5. Habilidades sociales
 - 5.1. La asertividad
6. la comunicación en las organizaciones
 - 6.1. Tipos de comunicación
7. Comunicación con los clientes según tipología
8. Atención al cliente
 - 8.1. Definición de cliente
 - 8.2. Variables de la atención al cliente
 - 8.3. Modalidades de la atención al cliente
 - 8.4. Puntos clave e interés en prestar una buena atención al cliente
 - 8.5. Información al cliente
 - 8.6. Técnicas de dinamización e interacción grupal
9. Actitudes de atención al cliente
 - 9.1. Actitud de servicio
 - 9.2. Actitud de empatía
 - 9.3. Actitud de respeto
 - 9.4. Actitud profesional

Contenidos Procedimentales

1. Identificación del proceso de comunicación.
2. Análisis e interpretación de los elementos de la comunicación verbal y no verbal.
3. Identificación y análisis de los tipos de habilidades sociales
4. Análisis del procedimiento de atención al cliente

Contenidos Actitudinales

1. Valoración de la importancia de la información y su utilización en las empresas turísticas.
2. Desarrollo de un sentido crítico frente a información obtenida de fuentes internas y externas.
3. Valorar la importancia del trabajo en equipo y de una coordinación eficaz.

- **Temporalización:** 22 horas

- **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 definido las técnicas de dinamización e interacción grupal.

- **Actividades:**

- Buscar en Internet o un periódico de actualidad las principales noticias de reuniones empresariales que han tenido lugar en nuestro país o fuera del mismo.
 - **www.protocolo.org**
 - **www.estoesmarketing.com**
 - **www.protocoloycomunicación.net**

- **www.hosteleríayturismo.net**
- **www.nuevahosteleria.com**
- Debate a través de supuestos dados sobre actitudes, normas y valores para prestar una correcta atención al cliente según la tipología establecida.
- Simulación de casos prácticos en pequeños grupos de técnicas de comunicación verbal y no verbal según las necesidades de la información del cliente.
- Diseño de un dossier de información sobre los recursos turísticos de la comunidad andaluza.

UNIDAD DIDÁCTICA 8

APLICACIÓN DE LOS RECURSOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS: INSTRUMENTOS FORMATIVOS, INSTRUMENTOS DEMOSTRATIVOS Y VALORATIVOS

- **Contenidos:**

Contenidos Conceptuales

1. Introducción

2. Aplicación de los recursos de las relaciones públicas en el sector turístico: instrumentos formativos

- 2.1. Instrumentos orales
- 2.2. Instrumentos escritos o impresos
- 2.3. Instrumentos fotográficos o de imágenes
- 2.4. Instrumentos mass media: prensa, radio, tv

3. Instrumentos demostrativos

- 3.1. Instrumentos on line. La pagina web
- 3.2. Inauguraciones
- 3.3. Exposiciones y ferias
- 3.4. Visitas
- 3.5. Jornadas de puertas abiertas

4. Instrumentos valorativos: instrumentos de mejora continua

- 4.1. Importancia del diseño de un manual corporativo de atención al cliente, gestión de quejas y reclamaciones
- 4.2. Sugerencias y quejas
- 4.3. Reclamaciones
- 4.4. Cartas al director
- 4.5. Encuestas
- 4.6. Cuestionarios de calidad

Contenidos Procedimentales

- 1. Identificación de los recursos de las relaciones públicas.
- 2. Análisis e interpretación de los instrumentos formativos, demostrativos y valorativos.

3. Identificación y análisis de los instrumentos informativos, demostrativos y valorativos
4. Análisis del procedimiento de las sugerencias, quejas y reclamaciones

Contenidos Actitudinales

1. Valoración de la importancia de la información y su utilización en las empresas turísticas.
2. Desarrollo de un sentido crítico frente a información obtenida de fuentes internas y externas.
3. Valorar la importancia del trabajo en equipo y de una coordinación eficaz.

- **Temporalización:** 20 horas

- **Criterios de evaluación:**

- a) Se identifican los diferentes elementos informativos, demostrativos y valorativos de las relaciones públicas.
- b) Se aplican los elementos informativos, demostrativos y valorativos de las relaciones públicas.
- c) Se identifican los diferentes canales utilizados para recoger una queja o reclamación.
- d) Se valora la importancia de las quejas y reclamaciones para la mejora continua.
- e) Se consigue una actitud de empatía con el cliente interno y externo.

- **Actividades:**

- Buscar en Internet o un periódico de actualidad las principales noticias de reuniones empresariales que han tenido lugar en nuestro país o fuera del mismo.
 - **www.protocolo.org**
 - **www.estoesmarketing.com**
 - **www.protocoloycomunicación.net**
 - **www.hosteleríayturismo.net**
 - **www.nuevahosteleria.com**
- Elaborar diseño de la estructura de una página web de una empresa del sector turístico

- Realizar el diseño de un stand de una empresa turística que expondrá en futur
- Organiza la visita de un Fam Trip en el hotel Alfonso XIII y EME de Sevilla
- Hacer una simulación con estudio de casos para el tratamiento de reclamaciones de los clientes
- Elaborar un cuestionario de calidad para una empresa del sector turístico

COMPETENCIAS PROFESIONALES, PERSONALES Y SOCIALES DEL MÓDULO DE PROTOCOLO SON:

- a) Analizar el mercado turístico para conocer las necesidades de los consumidores, las estrategias de los competidores y la evolución del sector, con objeto de encontrar oportunidades de negocio.
- b) Programar y ofertar viajes combinados y otros servicios turísticos complejos que se adecúen en calidad, tiempo y precios a las demandas del cliente.
- c) Programar y ofertar servicios para congresos, convenciones, ferias y otros eventos, que se adecúen a las expectativas y necesidades de los clientes.
- d) Proponer programas de promoción y comunicación así como canales de distribución, para dar a conocer la oferta de la empresa al mercado, controlando la efectividad de los mismos.
- e) Poner en funcionamiento un servicio post-venta aparejado a la oferta y atender el cliente para dar respuesta a sus solicitudes y/o reclamaciones asegurando su satisfacción y la calidad de los servicios

5.- METODOLOGÍA:

La metodología a emplear será activa-participativa, fomentando el aprendizaje constructivo por parte del alumnado, explorando los conocimientos iniciales del grupo, elaboración de cuadros sinópticos y resolución de dudas.

El proceso de enseñanza-aprendizaje se realizará a través de la realización de ejercicios y actividades, tanto de forma individual como en grupos.

La profesora realizará exposiciones teóricas de los contenidos, realizando demostraciones, motivando la participación y conduciendo al alumnado hacia el propio conocimiento, así como realizando una orientación continua y un estricto control de las actividades y supuestos.

La metodología promoverá la integración de contenidos científicos, tecnológicos y organizativos. Así mismo, favorecerá en el alumnado la capacidad para aprender por sí mismo y para trabajar en equipo.

6.- EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE Y DE LA ENSEÑANZA:

La evaluación será continua y formativa, valorándose para tal propósito los siguientes aspectos:

1º Resultados de pruebas escritas en relación con los contenidos incluidos en la programación.

2º Realización de actividades y supuestos prácticos.

3º La participación individual del alumnado en clase, el interés y su comportamiento.

4º Comprensión y expresión oral y escrita.

Se realizarán pruebas escritas periódicas para cada evaluación y la recuperación se llevará a cabo al finalizar las anteriores.

Hasta los exámenes extraordinarios de junio se guardarán las evaluaciones correspondientes, en el supuesto de que al alumnado le quede pendiente una sola evaluación, en caso contrario se deberán examinar del módulo completo.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

La evaluación consta de cuatro partes:

- Fijación de objetivos
- Recogida de información
- Valoración
- Toma de decisiones

Características de la evaluación:

- Integrada, es decir, inmersa dentro del desarrollo curricular.
- Formativa: dirigida a perfeccionar el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Continua: presente a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- Criterial: lo que supone la formulación de criterios previos que iluminen todo el proceso.

En el proceso de enseñanza-aprendizaje se exige una asistencia regular a clase así como su participación en las actividades programadas para el módulo profesional. Para poder controlar este proceso de asistencia regular, se fija lo establecido por en el Proyecto Curricular de Centro que dice que aquél alumno que supere el 25% de faltas injustificadas en el módulo, perderá el derecho a evaluación continua (entendiendo como tal, el derecho del alumno a ser evaluado a través de las actividades diarias realizadas en clase y de los exámenes parciales voluntarios dentro de cada una de las evaluaciones, así como por la realización del examen de cada evaluación y las recuperaciones si las hubiere).

Por tanto, se entenderán faltas justificadas aquellas que vengan acompañadas de un parte de asistencia médica debidamente relleno o justificantes de un deber inexcusable a organismos oficiales.

Esto se ha establecido de esta forma dada la gran importancia que tienen las realizaciones prácticas para la consecución de las competencias del título.

El alumnado tendrá un máximo de cuatro convocatorias para superar el módulo profesional, pero podrá agotar hasta **una convocatoria** por curso escolar.

En cuanto a la elaboración y presentación de trabajos se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

- La fecha de entrega debe ser la indicada, a menos que se entregue antes de la misma, o se tenga falta médica justificada.
- El trabajo debe contener una portada, índice, numeración y bibliografía. La portada incluirá el título del trabajo, nombre y apellidos, grupo a que pertenece y curso.
- Se valorará la inclusión de todos los contenidos exigidos para el trabajo y la estructuración más adecuada de los mismos.
- Se penalizarán las faltas ortográficas.
- El trabajo no podrá ser superado si ha existido plagio, en caso necesario, de citas literales deberá indicarse la procedencia de las mismas.
- No se admitirán en los trabajos faltas de ortografía. En el caso de que en la entrega haya faltas (ya sea de ortografía o tildes), se devolverá al alumno/a, quien deberá rehacer el trabajo y entregarlo de nuevo, en el plazo que se establezca, ya sin faltas. De persistir alguna, se considerará como “Trabajo no realizado”.
- Para aquellos trabajos que requieren de exposición en clase, será obligatoria la utilización del Powerpoint o programa similar. En este caso, se prestará especial atención a la exposición del tema, considerando los criterios utilizados por el alumno para resumir contenidos y la expresión verbal y no verbal para presentar los contenidos.

Se establecerán tres tipos de evaluación:

- 1.- Evaluación inicial: nos reflejará la situación de partida de los alumnos.

2.- Evaluación formativa; nos indicará si se están alcanzando los objetivos educativos, y si hay que introducir correcciones.

3.- Evaluación final o sumativa: nos reflejará la situación alcanzada tras las actividades propuestas y con la finalidad de alcanzar las capacidades terminales determinadas.

1.- Criterios de evaluación:

El proceso evaluador tendrá tres niveles:

a) Pruebas objetivas en las que el alumnado demuestre que alcanza los objetivos conceptuales y actitudinales antes propuestos, teniendo especial cuidado con los siguientes aspectos:

- Nivel de conceptualización.
- Procesos de análisis y síntesis.
- Crítica constructiva.
- Juicio de la realidad.
- Opiniones.

Conforman el 60% de la calificación final.

b) Actividades realizadas en clase:

Supuestos prácticos. Conforman el 25% de la calificación final.

c) Valoración de asistencia, comportamientos y actitudes:

Conforman el 15% de la calificación final.

Del promedio correspondiente saldrá la nota de evaluación individual (que se confrontará con la que se califica el propio alumno, se considera significativa).

Se realizará una prueba escrita periódica para cada evaluación, en un total de tres sesiones a lo largo del curso.

2.- Criterios de calificación:

El módulo formativo se calificará de 1 a 10 puntos enteros para cada evaluación y esta calificación estará compuesta por los resultados de las pruebas objetivas y las actividades propuestas.

La calificación total de las *pruebas objetivas* de cada evaluación que conforman el 60% de la calificación de la evaluación.

Se considera positiva la evaluación, con la calificación de 5 puntos como mínimo de las pruebas objetivas.

Las calificaciones se realizarán atendiendo a los **mínimos exigibles y criterios de evaluación** propuestos en cada unidad de trabajo.

A esa calificación se añadirá el porcentaje establecido con las actividades propuestas, que suponen el 25% de la calificación de la evaluación y el 15% en la valoración de actitudes, asistencia y comportamientos.

3.- Recuperación:

Se realizará una prueba objetiva en mayo con los contenidos teóricos y prácticos de la evaluación no superada.

La superación de las evaluaciones tiene carácter eliminatorio hasta la convocatoria extraordinaria de junio, donde deberán de examinarse del módulo completo. La recuperación del módulo no superado se realizará en la convocatoria extraordinaria de junio.

4.- Instrumentos de evaluación:

- a) Observación sistemática: a través de actividades propuestas y corrección de las mismas.
- d) Realización de pruebas periódicas escritas: Tipo test, y de desarrollo, para los contenidos teóricos y supuestos prácticos.

EVALUACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA:

El proceso de enseñanza también es susceptible de análisis y evaluación, ya que nos dará el índice en el cual se refleja la calidad con la que estamos aplicando el mismo.

Instrumentos:

- Entrevistas con el grupo y de forma individual.
- Cuestionario para obtener datos sobre contenidos, procedimientos, metodología y bibliografía empleada.
- Resultados del alumnado en las evaluaciones y evolución.
- La evaluación docente se realiza con observación de la consecución de los objetivos propuestos, a través de los resultados de las actividades y exámenes, adaptando la programación a las necesidades que se vayan produciendo a lo largo del curso.

7.- MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD:

A través de propuestas de actividades en pequeño grupo se pretende integrar al alumnado con mayores dificultades de adaptación al conjunto de la clase.

También se realizará una mayor observación y atención a éste alumnado, estableciendo actividades y supuestos adaptados a sus necesidades.

Se realizarán las siguientes medidas:

- Adecuación de la presentación de los contenidos
- Adaptación de la metodología
- Adaptación de los procedimientos de evaluación
- Adaptaciones de acceso al currículo
- En cuestión de permanencias, además de las establecidas para todo el alumnado, el alumnado n.e.e. podrá disfrutar de una permanencia extraordinaria en la formación profesional básica. De este modo, podrá permanecer cinco cursos en esta etapa, siempre que no se superen los 21 años de edad.

Recomendaciones: Ratio de 25 alumnos por grupo y dos alumnos como máximo con necesidades educativas especiales por grupo. Tampoco escolarizar en un mismo grupo alumnos con características dispares.

La motivación para aprender, condiciona en buena medida la capacidad para aprender del alumnado.

8.- MATERIALES DIDACTICOS:

Se utilizarán apuntes de la profesora, fotocopias, recortes de prensa, mapas, guías, vídeos, pizarra y equipos y programas informáticos e internet.

El principal recurso a utilizar será un libro de texto que recoge los contenidos de esta programación, en concreto el libro de texto a utilizar se titula:

Protocolo y Relaciones Públicas, M^a Soledad Muñoz Boda, Ed. Paraninfo.

La profesora utilizará presentaciones en Powerpoint o similar para el desarrollo de las explicaciones, transparencias, Internet, así como cualquier otro recurso útil para la comprensión de los contenidos.

9.- TEMAS TRANSVERSALES:

En todas las unidades didácticas se incluyen contenidos para la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres, educación para la paz, a favor de la tolerancia entre pueblos y seres humanos y respeto al medio ambiente.

En todas las unidades didácticas se incluyen contenidos para la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres, educación para la paz, a favor de la tolerancia entre pueblos y seres humanos y respeto al medio ambiente.

LEGISLACIÓN específica tanto de nivel estatal como autonómica para: Analizar los diferentes tipos de Agencias de Viajes y Empresas turísticas de intermediación que venden en el marco de la oferta turística en general.

INFORMÁTICA APLICADA, para: Analizar las diferentes fuentes de información con software específicos de las Agencias de Viajes.

ECONOMÍA, para: Analizar la planificación, organización, operación y control de los distintos servicios turísticos.

TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN, para: Analizar las técnicas de comunicación, protocolo y habilidades sociales ante la atención a los clientes.

FORMACIÓN DE LOS CONSUMIDORES, para: Analizar la protección de consumidores y usuarios en España y en la Unión Europea.

10.- ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS Y EXTRAESCOLARES:

- a) VISITA A LA ESTACIÓN DE TREN DE SEVILLA SANTA JUSTA.
- b) VISITA A DIFERENTES AGENCIAS DE VIAJES, ORGANIZADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS Y OTRAS EMPRESAS E INSTITUCIONES RELACIONADAS CON EL TURISMO DE REUNIONES.
- c) ASISTENCIA A JORNADAS, SIMPOSIOS, FOROS , WORKSHOPS Y OTRO TIPO DE REUNIONES CON UNA TEMÁTICA RELACIONADA CON EL MUNDO DEL TURISMO.
- d) VIAJE FIN DE CURSO CON DESTINO A DETERMINAR.
- e) VISITAS A EMPRESAS DEL SECTOR.
- f) VISITAS CULTURALES A DIFERENTES CIUDADES ANDALUZAS Y ESPAÑOLAS CON EL FIN DE VISITAR SUS RECURSOS TURÍSTICOS MÁS IMPORTANTES.
- g) VISITA A FITUR, LA FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO DE MADRID.
- h) VISITA A UN BARCO DE CRUCEROS.
- i) ASISTENCIA A FESTIVALES DE TEATRO Y DE MÚSICA DE INTERÉS, ASÍ COMO A MUSEOS Y GALERÍAS DE ARTE.
- j) VISITA A ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS.
- k) VISITA AL PARLAMENTO ANDALUZ.
- l) VISITA AL INSTITUTO ANDALUZ DE PATRIMONIO HISTÓRICO.

11.- BIBLIOGRAFÍA:

Protocolo y Relaciones Públicas
M^a Soledad Muñoz Boda
Ed. Paraninfo.

El Turismo como ciencia social de la movilidad
C. Michael Hall
Ed. Síntesis

La aventura del turismo en España
J. Vila Fradera
Editur

Otras fuentes

- AAVV.: Estudios turísticos. Papers de Turisme.
- Instituto de Estudios Turísticos (<http://www.iet.tourspain.es>)
- Consejería de Turismo, Comercio y Deporte (<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/>)