



TABLA 11: Unidades de Aprendizaje

Unidad de Aprendizaje N° 1		
“Caracterización de los fundamentos y elementos de relaciones públicas”		
Temporalización: 1ºtrimestre	Duración: 24 horas	Ponderación: 10%
3 semanas		

Objetivos Generales	Competencias
<p>f) Identificar los puntos críticos y necesidades de comunicación interna y externa de las organizaciones, aplicando técnicas específicas a cada situación para desarrollar tareas de relaciones públicas de la empresa o institución.</p> <p>k) Identificar los circuitos de comunicación de la empresa, relacionando los documentos que en cada instancia o departamento se producen para tramitarlos.</p> <p>r) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.</p>	<p>f) Desarrollar tareas de relaciones públicas en la empresa, mediante la cooperación con otras instancias internas y externas.</p> <p>k) Tramitar documentos y comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.</p> <p>q) 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.</p>
Resultados de Aprendizaje	
<p>RA 1. Caracteriza los fundamentos y elementos de relaciones públicas, relacionándolos con las distintas situaciones empresariales.</p>	
Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber



<ul style="list-style-type: none"> • Definición de los fundamentos y principios de las relaciones públicas • Identificación y clasificación del concepto de identidad corporativa, imagen corporativa y sus componentes • Reconocer los distintos tipos de imagen proyectadas por empresas y organizaciones • Identificación de los diferentes recursos de las relaciones públicas • Identificación de los diferentes medios de comunicación, dependiendo del producto que hay que presentar y el público al que se dirige. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones públicas: Concepto. Clases. Elementos básicos de relaciones sociales. • Funciones del profesional de relaciones públicas • Objetivos de las relaciones públicas • Identidad corporativa. Definición: objetivos y herramientas. Atributos de la identidad corporativa. Clasificación. Elementos. Marcas y logotipos. La imagen corporativa: Concepto, clasificación y análisis de sus componentes. • Tipos de imagen proyectadas por empresas y organizaciones.
<p>Aspectos del Saber Estar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos de las relaciones públicas: instrumentos informativos, instrumentos demostrativos, instrumentos valorativos. • Tipos de medios de comunicación: la prensa, radio, televisión y cine; internet. Medios de comunicación social. • Interés por mantener la imagen y la identidad corporativa de la empresa. • Análisis de la conveniencia de contar con un servicio de protocolo y un gabinete de prensa o comunicación.
<p>Tareas y Actividades</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de introducción a la unidad • Enumeración de los elementos fundamentales y necesarios que intervienen en las relaciones públicas. • Señalar las funciones primordiales que desarrollan las relaciones públicas. • Diferenciar los tipos de público a los que se dirigen las relaciones públicas en una empresa. 	



- Clasificar los principales recursos/instrumentos que utilizan las relaciones públicas en una empresa.
- Diseñar una tarjeta de visita.
- Elegir una empresa o institución y analizar los elementos de la identidad corporativa.
- Redactar una nota de prensa para anunciar la inauguración de la primera empresa inteligente de Cantabria, indicando los pasos a seguir para la convocatoria de prensa.
- Realizar actividad de comprobación.

Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se han definido los fundamentos y principios de las relaciones públicas.	20	Prueba teórica
b) Se ha identificado y clasificado el concepto de identidad corporativa, imagen corporativa y sus componentes.	20	Prueba teórica
c) Se han reconocido distintos tipos de imagen proyectadas por empresas y organizaciones.	5	Prueba teórica
d) Se han reconocido y valorado los diferentes recursos de las relaciones públicas.	25	Prueba teórica
e) Se han seleccionado diferentes medios de comunicación, dependiendo del producto que hay que presentar y el público al que se dirige.	20	Prueba teórica
f) Se ha valorado la importancia de la imagen, la identidad corporativa, la comunicación y las relaciones públicas en las empresas y organizaciones.	5	Prueba teórica
g) Se ha analizado la conveniencia de contar con un servicio de protocolo y/o un gabinete de prensa o comunicación, según la dimensión de la empresa u organización.	5	Prueba teórica

Recursos

Los materiales y recursos didácticos servirán para motivar y ayudar al aprendizaje de esta unidad de aprendizaje:

Ubicados en el aula:



- Pizarra
- Ordenador personal
- Proyector con pantalla

Ubicadas en Internet:

- Aplicación Teams de educantabria, con contenidos complementarios a la unidad de aprendizaje y actividades

Respecto a los recursos didácticos:

- Libro de texto así como soporte informático (PowerPoint, videos, ...)

Observaciones

Unidad de Aprendizaje Nº 2

“Selección de técnicas de protocolo”

Temporalización: 1º trimestre

3 semanas

Duración: 24 horas

Ponderación: 25%

Objetivos Generales	Competencias
<p>f) Identificar los puntos críticos y necesidades de comunicación interna y externa de las organizaciones, aplicando técnicas específicas a cada situación para desarrollar tareas de relaciones públicas de la empresa o institución.</p> <p>k) Identificar los circuitos de comunicación de la empresa, relacionando los documentos que</p>	<p>f) Desarrollar tareas de relaciones públicas en la empresa, mediante la cooperación con otras instancias internas y externas.</p> <p>k) Tramitar documentos y comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.</p> <p>q) Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad,</p>



<p>en cada instancia o departamento se producen para tramitarlos.</p> <p>r) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.</p> <p>t) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.</p> <p>u) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad</p>	<p>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.</p> <p>s) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos”, en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.</p>
--	---

Resultados de Aprendizaje

RA2. Selecciona las técnicas de protocolo empresarial aplicable, describiendo los diferentes elementos de diseño y organización, según la naturaleza y el tipo de acto, así como al público al que va dirigido.

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de la naturaleza y el tipo de actos que se deben organizar y se han aplicado las soluciones organizativas adecuadas • Descripción de las fases de creación y diseño de un manual de protocolo y 	<ul style="list-style-type: none"> • Protocolo: concepto y clases. • Tipos y objetivos de los actos empresariales protocolarios • Normas de protocolo empresarial: Precedencias. Presidencia de actos.



<p>relaciones públicas según el público al que va dirigido.</p> <ul style="list-style-type: none">• Diferenciación de los requisitos y necesidades de los actos protocolarios nacionales de los internacionales• Identificación de las técnicas de funcionamiento, planificación y organización de actos protocolarios empresariales.• Elaboración del programa y cronograma del acto que se va a organizar• Definición y tramitación de la documentación necesaria según el acto, para su correcto desarrollo• Valoración del presupuesto económico del acto que hay que organizar• Definición de los indicadores de calidad y puntos clave para el correcto desarrollo del acto• Comprobación de las desviaciones producidas en los indicadores de calidad y puntos clave, y prever las medidas de corrección correspondientes para ediciones posteriores• Análisis de los aspectos de seguridad adecuados en función del tipo de acto y/o invitados y cómo pueden afectar a la organización.	<ul style="list-style-type: none">• Concepto, fases y diseño de un manual de protocolo empresarial• Requisitos y necesidades de los actos protocolarios nacionales e internacionales• Técnicas de funcionamiento, planificación y organización de los actos protocolarios empresariales.• Elaboración del programa y organigrama del acto que hay que organizar.• Cálculo del presupuesto económico.• Definir los indicadores de calidad para el correcto desarrollo del acto• Concepto y clases de desviaciones. Medidas de corrección• Los actos protocolarios en la estrategia empresarial y en la mejora de las relaciones internas de la empresa• Medidas de seguridad en la organización de todo tipo de eventos
Aspectos del Saber Estar	



- Rigurosidad en la descripción de las fases de creación y diseño de un manual de protocolo y relaciones públicas según el público al que va dirigido.
- Rigurosidad en la elaboración del programa y cronograma del acto que se va a organizar
- Rigurosidad en la cumplimentación de la documentación necesaria según el acto, para su correcto desarrollo
- Rigurosidad en el cálculo del presupuesto económico del acto que hay que organizar
- Importancia de definir los indicadores de calidad y puntos clave para el correcto desarrollo del acto
- Importancia de comprobar las desviaciones producidas en los indicadores de calidad y puntos clave, y prever las medidas de corrección correspondientes para ediciones posteriores
- Valorar la importancia de los actos protocolarios como medio coadyuvante a la estrategia en los negocios y en la mejora de las relaciones internas de la empresa

Tareas y Actividades

- Actividades de introducción a la unidad
- Indicar numéricamente en figuras, las presidencias y la colocación de invitados según corresponda.
- **Trabajo en grupo.** Elaboración del manual de protocolo interno de una empresa



- **Caso práctico.** La empresa Merina es la primera empresa inteligente de nuestra comunidad. Por este motivo, el presidente de la comunidad y el alcalde de la localidad donde está situado realizarán una visita a las instalaciones. ¿Qué tipo de acto aconsejarías?
 - Realizar las invitaciones a las prsonalidades que deberían asistir al acto.
 - Redactar las cartas de invitación.
 - Elaborar el programa y cronograma del acto.
 - Precedencias y colocación de invitados.
 - Elaborar la siguiente documentación necesaria para su correcta organización:
 - Nota de protocolo.
 - Texto de placa conmemorativa.
 - Carta de agradecimiento por la asistencia al evento.
- Realización de actividades de comprobación.

Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se ha identificado la naturaleza y el tipo de actos que se deben organizar y se han aplicado las soluciones organizativas adecuadas.	10	Prueba teórica
b) Se han descrito las fases de creación y diseño de un manual de protocolo y relaciones públicas según el público al que va dirigido	10	Trabajo grupal
c) Se han diferenciado los requisitos y necesidades de los actos protocolarios nacionales de los internacionales.	10	Prueba teórica
d) Se han identificado las técnicas de funcionamiento, planificación y organización de actos protocolarios empresariales.	10	Prueba teórica
e) Se ha elaborado el programa y cronograma del acto que se va a organizar.	15	Tarea práctica individual
f) Se ha definido y/o cumplimentado la documentación necesaria según el acto, para su correcto desarrollo.	10	Prueba teórica
g) Se ha calculado el presupuesto económico del acto que hay que organizar.	10	Tarea práctica individual Prueba teórica



h) Se han definido los indicadores de calidad y puntos clave para el correcto desarrollo del acto.	5	Prueba teórica
i) Se han comprobado las desviaciones producidas en los indicadores de calidad y puntos clave, y se han previsto las medidas de corrección correspondientes para ediciones posteriores.	5	Prueba teórica
j) Se han valorado los actos protocolarios como medio coadyuvante a la estrategia en los negocios y en la mejora de las relaciones internas de la empresa.	10	Prueba teórica
k) Se han analizado los aspectos de seguridad adecuados en función del tipo de acto y/o invitados y cómo pueden afectar a la organización.	5	

Recursos

Los materiales y recursos didácticos servirán para motivar y ayudar al aprendizaje de esta unidad de aprendizaje:

Ubicados en el aula:

- Pizarra
- Ordenador personal
- Proyector con pantalla

Ubicadas en Internet:

- Aplicación Teams de educantabria, con contenidos complementarios a la unidad de aprendizaje y actividades

Respecto a los recursos didácticos:

- Libro de texto así como soporte informático (PowerPoint, videos, ...)

Observaciones



Unidad de Aprendizaje Nº 3

“Caracterización del protocolo institucional”

Temporalización: 1º trimestre

Duración: 24 horas

Ponderación: 25%

3 semanas

Objetivos Generales	Competencias
<p>f) Identificar los puntos críticos y necesidades de comunicación interna y externa de las organizaciones, aplicando técnicas específicas a cada situación para desarrollar tareas de relaciones públicas de la empresa o institución.</p> <p>r) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.</p> <p>t) Identificar y proponer las acciones profesionales necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.</p> <p>u) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.</p>	<p>f) Desarrollar tareas de relaciones públicas en la empresa, mediante la cooperación con otras instancias internas y externas.</p> <p>q) 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.</p> <p>s) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos”, en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.</p>



Resultados de Aprendizaje

RA3. Caracteriza el protocolo institucional, analizando los diferentes sistemas de organización y utilizando las normas establecidas.

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none">• Definición de los elementos que conforman el protocolo institucional y las clases de público al que puede dirigirse• Conocimiento de los manuales de protocolo y relaciones públicas definidos en las instituciones.• Descripción del diseño, planificación y programación del acto protocolario en función del evento que se va a organizar• Identificación de los principales elementales simbólicos y/o de representación en los actos institucionales (banderas, himnos y otros)• Identificación de las técnicas de funcionamiento, planificación y organización de actos protocolarios institucionales.• Definición y/o tramitación de la documentación necesaria según el acto institucional, para su correcto desarrollo• Calcular el presupuesto económico del acto institucional que se va a organizar• Comprobación de las partidas presupuestarias reservadas para el acto, así	<ul style="list-style-type: none">• Normas legales sobre protocolo institucional. Elementos del protocolo institucional. Precedencias. Presidencia de actos.• Manuales de protocolo y relaciones públicas definidos en las instituciones• Diseño, planificación y programación del acto protocolario en función del evento• Tipos y objetivos de los actos institucionales protocolarios. Inauguraciones. Actos públicos. Visitas y acontecimientos especiales.• Los elementos simbólicos y/o de representación en los actos institucionales• Técnicas de funcionamiento, planificación y organización de los actos protocolarios institucionales.• Documentación necesaria para el correcto desarrollo de los actos protocolarios institucionales• Presupuestos y reservas presupuestarias• Comprobación de las partidas presupuestarias, así como el cumplimiento de los procedimientos y trámites necesarios



<p>como el cumplimiento de procedimientos y plazos de los trámites necesarios</p> <ul style="list-style-type: none">• Definición de los indicadores de calidad y puntos clave para el correcto desarrollo del acto• Análisis de los aspectos de seguridad adecuados y la correcta coordinación con los servicios de seguridad de las instituciones implicadas en un acto protocolario.	<ul style="list-style-type: none">• Los indicadores de calidad en el desarrollo de los actos institucionales• Los actos protocolarios institucionales en los medios de comunicación y en la relación entre las instituciones• Las medidas de seguridad en la organización de los actos institucionales
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none">• Valorar la importancia del conocimiento y seguimiento de los manuales de protocolo y relaciones públicas definidos en las instituciones• Rigurosidad en la descripción del diseño, planificación y programación del acto protocolario en función del evento que se va a organizar.• Rigurosidad en la cumplimentación de la documentación necesaria según el acto institucional, para su correcto desarrollo• Rigurosidad en el cálculo del presupuesto económico del acto institucional que se va a organizar• Importancia de comprobar las partidas presupuestarias reservadas para el acto, así como el cumplimiento de procedimientos y plazos de los trámites necesarios	



<ul style="list-style-type: none"> • Valorar la importancia de los actos protocolarios institucionales como el medio de comunicación y relación entre instituciones 	
Tareas y Actividades	
<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de introducción a la unidad • Elegir un acto institucional de gran repercusión mediática e identificar los elementos de Estado que aparecen dentro del protocolo institucional. • Caso práctico. Se va a llevar a cabo un evento y hay que diseñar el tipo de acto más adecuado y establecer: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipo de acto y características. ▪ Sistema de presidencias. ▪ Sistema de precedencias. ▪ Sistema de colocación de invitados. ▪ Ordenación de banderas si procede. • Especificar los tratamientos que se otorgan a determinadas personas por su cargo o categoría personal • Trabajo sobre medidas de seguridad en actos institucionales • Establecer el orden colocación de una serie de banderas • Ordenar las precedencias de un acto que se celebra en la Villa de Madrid según la legislación vigente. • A un acto institucional acuden una serie de invitados. Establecer la colocación de invitados según el protocolo institucional regulado por el RD 2099/83 sobre la ordenación general de precedencias del Estado. • Comparar las diferencias de precedencia, ordenación de autoridades, entre los actos de carácter general celebrados en la villa de Madrid y los actos en el resto de las comunidades autónomas. • Realización de actividades de comprobación. 	
Criterios de Evaluación	<div>%</div> <div>IE</div>



a) Se han definido los elementos que conforman el protocolo institucional y las clases de público al que puede dirigirse.	15	Prueba teórica
b) Se ha valorado la importancia del conocimiento y seguimiento de los manuales de protocolo y relaciones públicas definidos en las instituciones.	5	Prueba teórica
c) Se ha caracterizado el diseño, planificación y programación del acto protocolario en función del evento que se va a organizar.	15	Prueba teórica
d) Se han descrito los principales elementos simbólicos y/o de representación en los actos institucionales (banderas, himnos y otros).	10	Prueba teórica
e) Se han identificado las técnicas de funcionamiento, planificación y organización de actos protocolarios institucionales.	10	Prueba teórica
f) Se ha definido y/o cumplimentado la documentación necesaria según el acto, para su correcto desarrollo.	10	Prueba teórica
g) Se ha calculado el presupuesto económico del acto que se va a organizar.	5	Tarea práctica individual
h) Se han comprobado las partidas presupuestarias reservadas para el acto, así como el cumplimiento de procedimientos y plazos de los trámites necesarios.	5	Tarea práctica individual
i) Se han definido los indicadores de calidad y puntos clave para el correcto desarrollo del acto.	5	Prueba teórica
j) Se han valorado los actos protocolarios institucionales como el medio de comunicación y relación entre instituciones.	10	Trabajo de investigación
k) Se han analizado los aspectos de seguridad adecuados y la correcta coordinación con los servicios de seguridad de las instituciones implicadas en un acto protocolario.	10	
Recursos		



Los materiales y recursos didácticos servirán para motivar y ayudar al aprendizaje de esta unidad de aprendizaje:

Ubicados en el aula:

- Pizarra
- Ordenador personal
- Proyector con pantalla

Ubicadas en Internet:

- Aplicación Teams de educantabria, con contenidos complementarios a la unidad de aprendizaje y actividades

Respecto a los recursos didácticos:

- Libro de texto así como soporte informático (PowerPoint, videos, ...)

Observaciones

Unidad de Aprendizaje Nº 4

“Coordinación de actividades de apoyo a la comunicación y las relaciones profesionales”

Temporalización: 2º trimestre

2 semanas y media

Duración: 20 horas

Ponderación: 15%

Objetivos Generales

f) Identificar los puntos críticos y necesidades de comunicación interna y externa de las organizaciones, aplicando técnicas específicas a cada situación para desarrollar tareas de

Competencias

f) Desarrollar tareas de relaciones públicas en la empresa, mediante la cooperación con otras instancias internas y externas.



<p>relaciones públicas de la empresa o institución.</p> <p>j) Analizar los puntos críticos y las fases de la atención al cliente/usuario, identificando las necesidades técnicas y actitudinales de cada una de ellas para desarrollarla y planificarla.</p> <p>k) Identificar los circuitos de comunicación de la empresa, relacionando los documentos que en cada instancia o departamento se producen para tramitarlos.</p> <p>r) Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.</p> <p>u) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.</p>	<p>j) Desarrollar y verificar la atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo, asegurando los niveles de calidad establecidos y ajustándose a criterios éticos y de imagen de la empresa/institución.</p> <p>k) Tramitar documentos y comunicaciones internas o externas en los circuitos de información de la empresa.</p> <p>q) 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.</p> <p>s) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos”, en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.</p>
Resultados de Aprendizaje	
RA 4. Coordina actividades de apoyo a la comunicación y a las relaciones profesionales, internas y externas, asociando las técnicas empleadas con el tipo de usuario.	
Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> Identificación de los componentes de las relaciones públicas (saber estar, educación 	



<p>social, indumentaria, etiqueta, saludo, invitación formal, despedida y tiempos, entre otros).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los objetivos y fases del protocolo interno atendiendo al organigrama funcional de la empresa/departamento y las relaciones funcionales establecidas • Análisis e identificación de los objetivos y fases del protocolo externo según el cliente/usuario • Distinción de las modalidades de atención al cliente/usuario y los diferentes proveedores externos necesarios para su desarrollo • Análisis de las técnicas de relaciones públicas y de protocolo relacionadas con los medios de comunicación • Aplicar las acciones del contacto directo y no directo, respetando las normas de deontología profesional. • Definición de las técnicas de dinamización e interacción grupal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acciones propias en la aplicación de los fundamentos de las relaciones públicas: el público y la adecuación de la actividad. • Relaciones públicas. Clases de público: interno y externo • Componentes de las relaciones públicas • Protocolo interno. Objetivos y fases • Objetivos y fases del protocolo externo • Análisis de las expectativas de los diferentes tipos de clientes o usuarios • Atención al cliente o usuario y al proveedor. • Manuales operativos de la empresa • Técnicas de relaciones públicas y de protocolo en relación con los medios de comunicación. • Manuales de estilo de la empresa • Modalidades de atención al cliente o usuario y proveedores (Acciones de contacto directo y no directo) • Valoración de la actitud de servicio al cliente y actitud profesional. • Procesos de atención al cliente. Clases de clientes
<p>Aspectos del Saber Estar</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Valorar la importancia de las relaciones públicas como elemento estratégico en el trato con clientes, internos y externos, usuarios, proveedores y terceros relacionados con la empresa ("stakeholders") 	<ul style="list-style-type: none"> • Técnicas de dinamización e interacción grupal. Definición • Código deontológico. Concepto, objetivos y normas, valores y ética.



<ul style="list-style-type: none"> • Importancia de demostrar las actitudes y aptitudes de profesionales en los procesos de atención al cliente • Rigurosidad en el mantenimiento de la confidencialidad y privacidad, ajustando sus actuaciones al código deontológico de la profesión. 	
Tareas y Actividades	
<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de introducción a la unidad • Diferenciar los tipos de público a los que se dirigen las relaciones públicas en una empresa • Diferenciar el protocolo interno del protocolo externo. • Distinguir los componentes de las relaciones públicas • Definir las técnicas de dinamización grupal • Buscar información sobre un código deontológico real y analizar su estructura • Especificar las modalidades de atención al cliente/usuario y los diferentes proveedores externos. • Realización de actividades de comprobación 	
Criterios de Evaluación	% IE
<p>a) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas como elemento estratégico en el trato con clientes, internos y externos, usuarios, proveedores y terceros relacionados con la empresa ("stakeholders").</p> <p>b) Se han descrito los componentes de las relaciones públicas (saber estar, educación social, indumentaria, etiqueta, saludo, invitación formal, despedida y tiempos, entre otros).</p> <p>c) Se han analizado los objetivos y fases del protocolo interno atendiendo al organigrama funcional de la empresa/departamento y las relaciones funcionales establecidas.</p>	<p>10 Prueba teórica</p> <p>15 Prueba teórica</p> <p>10 Prueba teórica</p> <p>Prueba teórica</p>



d) Se han analizado y descrito los objetivos y fases del protocolo externo según el cliente/usuario.	10	Prueba teórica
e) Se han especificado las modalidades de atención al cliente/usuario y los diferentes proveedores externos necesarios para su desarrollo.	10	Prueba teórica
f) Se han analizado las técnicas de relaciones públicas y de protocolo relacionadas con los medios de comunicación.	10	Tarea práctica individual
g) Se han aplicado las acciones del contacto directo y no directo, respetando las normas de deontología profesional.	10	Tarea práctica individual
h) Se han demostrado las actitudes y aptitudes de profesionales en los procesos de atención al cliente.	10	Prueba teórica
i) Se han definido las técnicas de dinamización e interacción grupal.	5	Tarea práctica individual
j) Se ha mantenido la confidencialidad y privacidad, ajustando sus actuaciones al código deontológico de la profesión.	10	individual

Recursos

Los materiales y recursos didácticos servirán para motivar y ayudar al aprendizaje de esta unidad de aprendizaje:

Ubicados en el aula:

- Pizarra
- Ordenador personal
- Proyector con pantalla

Ubicadas en Internet:

- Aplicación Teams de educantabria, con contenidos complementarios a la unidad de aprendizaje y actividades

Respecto a los recursos didácticos:

- Libro de texto así como soporte informático (Powerpoint, videos,...)

Observaciones



Unidad de Aprendizaje Nº 5

“Elaboración de cartas de servicio y compromisos de calidad empresarial”

Temporalización: 2º trimestre

Duración: 25 horas

Ponderación: 10%

3 semanas

Objetivos Generales	Competencias
u) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.	s) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos”, en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.
Resultados de Aprendizaje	
RA 5. Elabora las cartas de servicios o los compromisos de calidad y garantía, ajustándose a los protocolos establecidos en la empresa/organización.	
Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los compromisos de calidad y garantía que ofrece la empresa a su usuario/cliente, y las normativas de consumo a las que está sujeto • Descripción de las implicaciones de las políticas empresariales relativas a la responsabilidad social corporativa • Definición de las características principales de los centros de atención al cliente y de las cartas de servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Normativa de consumo. La cantidad integral: características de un servicio integral de calidad, análisis de los indicadores de calidad. • Garantías del producto/servicio • Compromiso de calidad • La responsabilidad social corporativa • Centros de atención al cliente y las cartas de servicio • Quejas, reclamaciones y sugerencias



<ul style="list-style-type: none"> • Definición y diferenciación de los conceptos formales y no formales de quejas, reclamaciones y sugerencias • Identificación de la normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas • Diseño de los puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al cliente/usuario y gestión de quejas y reclamaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Principales motivos de quejas, reclamaciones y sugerencias • Canales de recogida de quejas, reclamaciones y sugerencias • Manual de gestión de quejas, reclamaciones y sugerencias • Habilidades sociales en la atención al cliente/usuario
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none"> • Valorar la importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continua • Rigurosidad en el diseño de puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al cliente/usuario y gestión de quejas y reclamaciones • Valorar la importancia de tener una actitud empática hacia el cliente/usuario 	
Tareas y Actividades	
<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de introducción a la unidad. • Buscar en Internet una carta de servicios real y explicar su estructura y características. • Buscar en Internet información sobre las Responsabilidad Social Corporativa • Diferencias entre distintos conceptos: sugerencias, quejas y reclamaciones • Indicar las diferencias entre los tipos de garantías que ofrece la empresa a sus usuarios/clientes. • Buscar información sobre los lugares donde se pueden presentar las reclamaciones. 	



- Buscar en Internet un manual corporativo de atención al cliente/usuario y gestión de quejas y reclamaciones y determinar su estructura y características
- Determinar las pautas para la resolución y seguimiento de reclamaciones.
- Realización de actividades de comprobación

Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se han reconocido los compromisos de calidad y garantía que ofrece la empresa a su usuario/cliente, y las normativas de consumo a las que está sujeto	25	Prueba teórica
b) Se han descrito las implicaciones de las políticas empresariales relativas a la responsabilidad social corporativa.	10	Prueba teórica
c) Se han definido las características principales de los centros de atención al cliente y de las cartas de servicio.	20	Prueba teórica
d) Se han definido y analizado los conceptos formales y no formales de quejas, reclamaciones y sugerencias.	15	Prueba teórica
e) Se ha valorado la importancia de las quejas, reclamaciones y sugerencias como elemento de mejora continua.	5	Prueba teórica
f) Se ha analizado la normativa legal vigente en materia de reclamaciones de clientes en establecimientos de empresas.	5	Prueba teórica
g) Se han diseñado los puntos clave que debe contener un manual corporativo de atención al cliente/usuario y gestión de quejas y reclamaciones.	15	Tarea práctica individual
h) Se ha valorado la importancia de tener una actitud empática hacia el cliente/ usuario.	5	Tarea práctica individual

Recursos

Los materiales y recursos didácticos servirán para motivar y ayudar al aprendizaje de esta unidad de aprendizaje:

Ubicados en el aula:

- Pizarra
- Ordenador personal



- Proyector con pantalla

Ubicadas en Internet:

- Aplicación Teams de educantabria, con contenidos complementarios a la unidad de aprendizaje y actividades

Respecto a los recursos didácticos:

- Libro texto así como soporte informático (Powerpoint, videos,...)

Observaciones

Unidad de Aprendizaje Nº 6

“Promoción de actitudes de atención al cliente/usuario”

Temporalización: 2ºtrimestre

Duración: 25 horas

Ponderación: 15%

3 semanas

Objetivos Generales	Competencias
<p>j) Analizar los puntos críticos y las fases de la atención al cliente/usuario, identificando las necesidades técnicas y actitudinales de cada una de ellas para desarrollarla y planificarla.</p> <p>u) Identificar y aplicar parámetros de calidad en los trabajos y actividades realizados en el proceso de aprendizaje, para valorar la cultura de la evaluación y de la calidad y ser capaces de supervisar y mejorar procedimientos de gestión de calidad.</p>	<p>j) Desarrollar y verificar la atención al cliente/usuario en el ámbito administrativo, asegurando los niveles de calidad establecidos y ajustándose a criterios éticos y de imagen de la empresa/institución.</p> <p>s) Supervisar y aplicar procedimientos de gestión de calidad, de accesibilidad universal y de “diseño para todos”, en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.</p>
Resultados de Aprendizaje	



RA 6. Promueve actitudes correctas de atención al cliente/usuario, analizando la importancia de superar las expectativas del mismo.

Aspectos del Saber Hacer	Aspectos del Saber
<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las expectativas de los diferentes tipos de clientes/usuarios • Definición de las fases para la implantación de un servicio o procedimiento de atención al cliente/usuario, incluyendo la faceta de control de calidad del mismo • Descripción de las claves para lograr una actitud de empatía con el cliente/usuario • Identificación de las variables de diseño para todos a la hora de la planificación y desarrollo de la atención al cliente/usuario • Comprobación de la atención al cliente en las instancias que dependan del asistente de dirección 	<ul style="list-style-type: none"> • Expectativas de los diferentes tipos de clientes/usuarios • Fases para la implantación de un servicio o procedimiento de atención al cliente/usuario • Habilidades sociales en la atención del cliente/usuario: empatía • Habilidades sociales en la atención al cliente/usuario: simpatía • Habilidades sociales en la atención al cliente, compañeros y superiores: respeto • Planificación y desarrollo de la atención al cliente/usuario • Supervisión de la atención al cliente en las instalaciones que dependen del asistente de dirección
Aspectos del Saber Estar	
<ul style="list-style-type: none"> • Valorar la importancia de una actitud de simpatía • Importancia de valorar en todo momento una actitud de respeto hacia los clientes, superiores y compañeros • Valorar la importancia de seguir los procedimientos y actitudes conforme a la imagen corporativa • Valorar la importancia de integrar la cultura de empresa en la atención al 	<ul style="list-style-type: none"> • El /la asistente de dirección como reflejo de la imagen corporativa de la empresa frente al cliente o usuario • Cultura de empresa: misión y visión • Código deontológico: aseguramiento de la reserva y confidencialidad • Sistemas de información con accesos restringidos



cliente/usuario para el logro de los objetivos establecidos en la organización		
<ul style="list-style-type: none">• Importancia de mantener la confidencialidad y privacidad, ajustando sus actuaciones al código deontológico de la profesión.		
Tareas y Actividades		
<ul style="list-style-type: none">• Actividades de introducción a la unidad• Consultar por internet un código deontológico real y analizar su estructura.• Búsqueda por internet de código de ética empresarial y analizar su estructura.• Debate a través de supuestos aportados por el profesor sobre las actitudes, normas y valores para prestar una correcta atención al cliente según la tipología establecida.• Diferenciar entre misión y valores en un caso real de una empresa.• Investigar al menos cinco sanciones económicas impuestas a empresas por vulnerar la confidencialidad de los datos personales en el archivo o tratamiento.• Investigar al menos tres noticias relacionadas con la ley de protección de datos.• Realización de actividades de comprobación.		
Criterios de Evaluación	%	IE
a) Se han analizado las expectativas de los diferentes tipos de clientes/usuarios.	10	Prueba teórica
b) Se han definido las fases para la implantación de un servicio o procedimiento de atención al cliente/usuario, incluyendo la faceta de control de calidad del mismo.	10	Prueba teórica
c) Se han descrito las claves para lograr una actitud de empatía con el cliente/ usuario.	5	Prueba teórica
d) Se ha valorado la importancia de una actitud de simpatía.		Tarea práctica
e) Se ha valorado en todo momento una actitud de respeto hacia los clientes, superiores y compañeros.	5	individual
	10	Tarea práctica individual



f) Se han definido variables de diseño para todos a la hora de la planificación y desarrollo de la atención al cliente/usuario.	5	Prueba teórica
g) Se ha supervisado la atención al cliente en las instancias que dependan del asistente de dirección.	10	Tarea práctica individual Prueba teórica
h) Se han seguido procedimientos y actitudes conforme a la imagen corporativa.	10	Tarea práctica individual
i) Se ha valorado la importancia de integrar la cultura de empresa en la atención al cliente/usuario para el logro de los objetivos establecidos en la organización.	15	Prueba teórica
j) Se ha mantenido la confidencialidad y privacidad, ajustando sus actuaciones al código deontológico de la profesión.	20	
Recursos		
<p>Los materiales y recursos didácticos servirán para motivar y ayudar al aprendizaje de esta unidad de aprendizaje:</p> <p>Ubicados en el aula:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pizarra • Ordenador personal • Proyector con pantalla <p>Ubicadas en Internet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación Teams de educantabria, con contenidos complementarios a la unidad de aprendizaje y actividades <p>Respecto a los recursos didácticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Libro texto así como soporte informático (Powerpoint, videos,...) 		
Observaciones		

