



1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano académico
36011579	A Guía	Vigo	2023/2024

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
COM	Comercio e márketing	CSCOM04	Márketing e publicidade	Ciclos formativos de grao superior	Réxime de proba libre

Módulo profesional e unidades formativas de menor duración (*)

Código MP/UF	Nome	Curso	Sesións semanais	Horas anuais	Sesións anuais
MP1009	Relacións públicas e organización de eventos de márketing	2023/2024	0	105	0
MP1009_12	Protocolo e relacións públicas	2023/2024	0	42	0
MP1009_22	Organización e xestión de eventos	2023/2024	0	63	0

(*) No caso de que o módulo profesional estea organizado en unidades formativas de menor duración

Profesorado responsable

Profesorado asignado ao módulo	MARÍA DEL CARMEN FRANCO CARNERO
Outro profesorado	

Estado: Pendente de supervisión inspector

2. Resultados de aprendizaxe e criterios de avaliación

2.1. Primeira parte da proba

2.1.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP1009_12) RA1 - Establece os obxectivos e os instrumentos das relacións públicas da empresa, cumprindo o establecido na estratexia de comunicación do plan de márketing.
(MP1009_22) RA1 - Caracteriza a organización de eventos de márketing, determinando os prazos e a forma de realización de acordo co briefing, os criterios e o orzamento establecidos no plan de márketing.
(MP1009_12) RA2 - Determina as normas de protocolo e cerimonial para a celebración de eventos de márketing e comunicación, programando a intervención das persoas asistentes e determinando o seu tratamento protocolario durante a celebración do evento.
(MP1009_22) RA2 - Define o plan de relacións con entidades provedoras e axentes participantes nun evento de márketing, cumprindo as condicións, o orzamento e os prazos previstos.
(MP1009_22) RA3 - Determina as actitudes e as aptitudes que cumpra adoptar na asistencia, na coordinación e na supervisión dos eventos de márketing, cumprindo as normas de protocolo e diferenciación xerárquica.
(MP1009_22) RA4 - Avalía os resultados do desenvolvemento de diversos tipos de actos e eventos de márketing, e elabora informes de control.

2.1.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
(MP1009_12) CA1.1 Valorouse a importancia das relacións públicas como instrumento de comunicación da empresa.
(MP1009_22) CA1.1 Diferenciáronse os tipos de eventos utilizados habitualmente nas accións de márketing e comunicación, en función dos seus obxectivos e do público ao que se dirixan.
(MP1009_12) CA1.2 Clasificáronse os tipos de instrumentos de relacións públicas, segundo o ámbito en que se desenvolvan e as persoas destinatarias.
(MP1009_22) CA1.2 Identificáronse os recursos, o lugar, os equipamentos, as instalacións e os medios necesarios para a realización dun determinado tipo de evento.
(MP1009_12) CA1.3 Diferenciáronse as actividades de patrocinio e mecenado que pode realizar unha empresa.
(MP1009_22) CA1.3 Identificáronse as licenzas e os permisos necesarios para a realización dun evento.



Criterios de avaliación do currículo
(MP1009_12) CA1.4 Analizouse a vinculación das relacións públicas cos medios de comunicación.
(MP1009_22) CA1.4 Determináronse as fases e as actividades que se deben realizar nun determinado evento.
(MP1009_12) CA1.5 Seleccionouse o instrumento de relacións públicas máis axeitado ao cumprimento dos obxectivos planificados.
(MP1009_22) CA1.5 Elaborouse o programa, o calendario e o cronograma xeral dun evento de márketing e comunicación.
(MP1009_12) CA1.6 Planificouse a estratexia para mellorar unha campaña de relacións públicas.
(MP1009_22) CA1.6 Establecéronse os prazos e o xeito de difusión do evento, utilizando ferramentas e técnicas de comunicación en liña e fóra de liña.
(MP1009_22) CA1.7 Determináronse os participantes e os medios necesarios para a realización dunha rolda de prensa.
(MP1009_12) CA2.1 Identificouse o protocolo e o cerimonial acaído para o tipo de evento de márketing.
(MP1009_22) CA2.1 Identificáronse as entidades provedoras necesarias para a realización dun evento de márketing.
(MP1009_12) CA2.2 Estableceuse a orde de precedencia das persoas asistentes ao evento, segundo a normativa oficial e os usos e costumes do sector, os criterios da organización e o programa do evento.
(MP1009_22) CA2.2 Avaliáronse ofertas de entidades provedoras de eventos en función de criterios de prezo, servizos engadidos, condicións de prestación, etc.
(MP1009_12) CA2.3 Determinouse o tratamento protocolario das persoas asistentes a un evento, de acordo coa xerarquía, o rango e a representación institucional.
(MP1009_22) CA2.3 Determináronse as xestións necesarias para alugar ou contratar un lugar e os medios para a celebración dun evento de márketing.
(MP1009_12) CA2.4 Programouse a intervención das persoas asistentes e intervenientes, representantes dos medios ou outros axentes, de acordo co protocolo, a orde establecida e os usos.
(MP1009_22) CA2.4 Coordináronse os servizos complementarios de cátering, alugamento de equipamentos, persoas auxiliar, persoal técnico de son, etc.
(MP1009_12) CA2.5 Seleccionouse o lugar de colocación de elementos, paneis, carteis, escudos e bandeiras oficiais ou da organización, consonte a normativa e o protocolo empresarial.
(MP1009_22) CA2.5 Rexistráronse nunha base de datos as entidades provedoras e os servizos contratados, respectando a normativa de protección de datos e privacidade da organización.
(MP1009_22) CA3.1 Analizouse a importancia dunha atmosfera positiva e unha actuación educada e amable no desenvolvemento dun evento.

Criterios de avaliación do currículo
(MP1009_22) CA3.2 Analizáronse os aspectos máis importantes da imaxe persoal na celebración de actos e eventos de márketing.
(MP1009_22) CA3.3 Analizáronse os erros máis frecuentes nas actitudes e nas aptitudes dos axentes participantes nun evento.
(MP1009_22) CA3.4 Aplicáronse técnicas de comunicación verbal e non verbal segundo unhas pautas e protocolo definido.
(MP1009_22) CA4.1 Definíronse os indicadores de calidade e eficacia operativa na celebración de eventos.
(MP1009_22) CA4.2 Identificáronse as incidencias e os problemas máis habituais no desenvolvemento de eventos de márketing e as posibles medidas para os corrixir.
(MP1009_22) CA4.3 Analizáronse os sistemas utilizados adoito para o control e a avaliación de resultados dun evento ou unha acción de comunicación.
(MP1009_22) CA4.4 Identificáronse os aspectos que indican o nivel de satisfacción do público obxectivo.
(MP1009_22) CA4.5 Redactouse un informe de avaliación de resultados a partir dos resultados dun cuestionario de satisfacción e os datos da execución dun evento.

2.2. Segunda parte da proba

2.2.1. Resultados de aprendizaxe do currículo que se tratan

Resultados de aprendizaxe do currículo
(MP1009_12) RA1 - Establece os obxectivos e os instrumentos das relacións públicas da empresa, cumprindo o establecido na estratexia de comunicación do plan de márketing.
(MP1009_22) RA1 - Caracteriza a organización de eventos de márketing, determinando os prazos e a forma de realización de acordo co briefing, os criterios e o orzamento establecidos no plan de márketing.
(MP1009_12) RA2 - Determina as normas de protocolo e cerimonial para a celebración de eventos de márketing e comunicación, programando a intervención das persoas asistentes e determinando o seu tratamento protocolario durante a celebración do evento.
(MP1009_22) RA2 - Define o plan de relacións con entidades provedoras e axentes participantes nun evento de márketing, cumprindo as condicións, o orzamento e os prazos previstos.
(MP1009_22) RA3 - Determina as actitudes e as aptitudes que cumpra adoptar na asistencia, na coordinación e na supervisión dos eventos de márketing, cumprindo as normas de protocolo e diferenciación xerárquica.
(MP1009_22) RA4 - Avalía os resultados do desenvolvemento de diversos tipos de actos e eventos de márketing, e elabora informes de control.

2.2.2. Criterios de avaliación que se aplicarán para a verificación da consecución dos resultados de aprendizaxe por parte do alumnado

Criterios de avaliación do currículo
(MP1009_12) CA1.1 Valorouse a importancia das relacións públicas como instrumento de comunicación da empresa.
(MP1009_22) CA1.1 Diferenciáronse os tipos de eventos utilizados habitualmente nas accións de márketing e comunicación, en función dos seus obxectivos e do público ao que se dirixan.
(MP1009_12) CA1.2 Clasificáronse os tipos de instrumentos de relacións públicas, segundo o ámbito en que se desenvolvan e as persoas destinatarias.
(MP1009_22) CA1.2 Identificáronse os recursos, o lugar, os equipamentos, as instalacións e os medios necesarios para a realización dun determinado tipo de evento.
(MP1009_12) CA1.3 Diferenciáronse as actividades de patrocinio e mecenado que pode realizar unha empresa.
(MP1009_22) CA1.3 Identificáronse as licenzas e os permisos necesarios para a realización dun evento.
(MP1009_12) CA1.4 Analizouse a vinculación das relacións públicas cos medios de comunicación.
(MP1009_22) CA1.4 Determináronse as fases e as actividades que se deben realizar nun determinado evento.
(MP1009_12) CA1.5 Seleccionouse o instrumento de relacións públicas máis axeitado ao cumprimento dos obxectivos planificados.
(MP1009_22) CA1.5 Elaborouse o programa, o calendario e o cronograma xeral dun evento de márketing e comunicación.
(MP1009_12) CA1.6 Planificouse a estratexia para mellorar unha campaña de relacións públicas.
(MP1009_22) CA1.6 Establecéronse os prazos e o xeito de difusión do evento, utilizando ferramentas e técnicas de comunicación en liña e fóra de liña.
(MP1009_22) CA1.7 Determináronse os participantes e os medios necesarios para a realización dunha rolda de prensa.
(MP1009_12) CA2.1 Identificouse o protocolo e o ceremonial acaído para o tipo de evento de márketing.
(MP1009_22) CA2.1 Identificáronse as entidades proveedoras necesarias para a realización dun evento de márketing.
(MP1009_12) CA2.2 Estableceuse a orde de precedencia das persoas asistentes ao evento, segundo a normativa oficial e os usos e costumes do sector, os criterios da organización e o programa do evento.

Criterios de avaliación do currículo

(MP1009_22) CA2.2 Avaliáronse ofertas de entidades provedoras de eventos en función de criterios de prezo, servizos engadidos, condicións de prestación, etc.

(MP1009_12) CA2.3 Determinouse o tratamento protocolario das persoas asistentes a un evento, de acordo coa xerarquía, o rango e a representación institucional.

(MP1009_22) CA2.3 Determináronse as xestións necesarias para alugar ou contratar un lugar e os medios para a celebración dun evento de márketing.

(MP1009_12) CA2.4 Programouse a intervención das persoas asistentes e intervinientes, representantes dos medios ou outros axentes, de acordo co protocolo, a orde establecida e os usos.

(MP1009_22) CA2.4 Coordináronse os servizos complementarios de cátering, alugamento de equipamentos, persoas auxiliar, persoal técnico de son, etc.

(MP1009_12) CA2.5 Seleccionouse o lugar de colocación de elementos, paneis, carteis, escudos e bandeiras oficiais ou da organización, consonte a normativa e o protocolo empresarial.

(MP1009_22) CA2.5 Rexistráronse nunha base de datos as entidades provedoras e os servizos contratados, respectando a normativa de protección de datos e privacidade da organización.

(MP1009_22) CA3.1 Analizouse a importancia dunha atmosfera positiva e unha actuación educada e amable no desenvolvemento dun evento.

(MP1009_22) CA3.2 Analizáronse os aspectos máis importantes da imaxe persoal na celebración de actos e eventos de márketing.

(MP1009_22) CA3.3 Analizáronse os erros máis frecuentes nas actitudes e nas aptitudes dos axentes participantes nun evento.

(MP1009_22) CA3.4 Aplicáronse técnicas de comunicación verbal e non verbal segundo unhas pautas e protocolo definido.

(MP1009_22) CA4.1 Definíronse os indicadores de calidade e eficacia operativa na celebración de eventos.

(MP1009_22) CA4.2 Identificáronse as incidencias e os problemas máis habituais no desenvolvemento de eventos de márketing e as posibles medidas para os corraxir.

(MP1009_22) CA4.3 Analizáronse os sistemas utilizados adoito para o control e a avaliación de resultados dun evento ou unha acción de comunicación.

(MP1009_22) CA4.4 Identificáronse os aspectos que indican o nivel de satisfacción do público obxectivo.

(MP1009_22) CA4.5 Redactouse un informe de avaliación de resultados a partir dos resultados dun cuestionario de satisfacción e os datos da execución dun evento.

3. Mínimos exigibles para alcanzar a avaliación positiva e os criterios de cualificación

De forma xenérica, os mínimos esixidos para avaliar o módulo de Relacións públicas e organización de eventos de marketing, son os criterios de avaliación establecidos no currículo do título de Técnico Superior en Marketing e publicidade. Todos os Criterios de Evaluación (CAs) estableceráanse como mínimos esixibles tendo que acadarse o 50% da cualificación de cada un para ter unha avaliación positiva. O cálculo do 50% establecerase no nivel mínimo de logro que corresponda ao instrumento de avaliación empregado.

a) Probas de coñecementos:

1. As probas obxetivas consisten en exames escritos con cuestionarios tipo test, preguntas adesevolver e supostos prácticos. Elaborarase unha proba combinada que permita cualificar os CA do módulo e consistirá nunha proba de coñecementos por escrito, con dúas partes: parte teórica e parte práctica.

2. Nos cuestionarios tipo test se indicará o número mínimo de preguntas que se deben contestar positivamente para acadar unha avaliación positiva, e a penalización das preguntas mal contestadas. Os cuestionarios serán correxidos mediante un padrón de autocorrección.

3. As probas escritas con preguntas a desenvolver ou supostos prácticos, serán correxidos con táboas de indicadores con catro niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% ; pregunta incompleta 25% da cualificación e pregunta moi incompleta 5% da cualificación correspondente.

4. Este tipo de probas serán combinadas, e dicir, se avaliarán varios criterios de cualificación nelas. A cualificación consistirá en corrixir a proba globalmente e repartir a cualificación entre os CA avaliados en función do peso establecido.

Para obter unha avaliación positiva é preciso superar cada unha das partes con 5 puntos sobre 10 como mínimo. A cualificación final, sempre que estean aprobadas as dúas partes da proba, realizarase mediante unha media aritmética das dúas cualificacións, teórica e práctica.

4. Características da proba e instrumentos para o seu desenvolvemento

4.a) Primeira parte da proba

PARTE TEÓRICA:

- Constará dun cuestionario tipo test.
- O cuestionario conterá 50 preguntas sobre os contidos teóricos do módulo onde cada pregunta ben contestada vale 0,20 puntos e as mal contestadas penalizan e restan 0,10 puntos.

A puntuación máxima desta parte teórica será de 10 puntos e será necesario obter como mínimo 5 puntos para facer media coa segunda parte da proba.



4.b) Segunda parte da proba

PARTE PRÁCTICA:

- Consistirá en unha variedade de exercicios que permitan avaliar os CAs do módulo que serán corrixidos con táboas de indicadores con catro niveis de logro: completo/excelente 100% da cualificación do indicador de que se trate; case completo/bo 75%; aceptable (mínimo) 50% e insuficiente do 0% ao 40%.
- Os exercicios prácticos versarán sobre: deseño, protocolo, planificación, organización e instrumentos de control e avaliación dun evento.

A puntuación máxima desta parte práctica será de 10 puntos e será necesario obter como mínimo 5 puntos para facer media coa primeira parte da proba.