

SISTEMA DE CALIFICACIÓN RELACIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING.

La evaluación será continua e integradora en cuanto que estará inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumnado. La aplicación del proceso de evaluación continua a los alumnos requiere la asistencia regular a las clases y actividades programadas para el módulo profesional.

En la siguiente tabla se presentan los criterios de evaluación (CCEE) de cada resultado de aprendizaje (RRAA) y los respectivos instrumentos empleados:

Resultados de Aprendizaje (RRAA) Criterios de evaluación (CCEE)	Instrumentos de evaluación	% nota final	Unidad de Trabajo (UT)
1. Establece los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa, cumpliendo con lo establecido en la estrategia de comunicación del plan de marketing.		16,67 %	1
a) Se ha valorado la importancia de las relaciones públicas como instrumento de comunicación de la empresa	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
b) Se han clasificado los tipos de instrumentos de relaciones públicas, según el ámbito en el que se desarrollan y los destinatarios a los que se dirigen.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
c) Se han diferenciado las actividades de patrocinio y mecenazgo que puede realizar una empresa.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
d) Se ha analizado la vinculación de las relaciones públicas con los medios de comunicación.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
e) Se ha seleccionado el instrumento de relaciones públicas más adecuado al cumplimiento de los objetivos planificados.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		

2. Caracteriza la organización de eventos de marketing, determinando los plazos y la forma de realización de acuerdo al briefing, a los criterios y al presupuesto establecido en el plan de marketing.		16,67 %	3
a) Se han diferenciado los tipos de eventos utilizados habitualmente en las acciones de marketing y comunicación en función de sus objetivos y del público al que se dirigen	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita Proyecto intermodular		
b) Se han identificado los recursos, lugar, equipos, instalaciones y medios necesarios, para la realización de un determinado tipo de evento.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita Proyecto intermodular		
c) Se han identificado los permisos y licencias necesarios para la realización de un evento	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita Proyecto intermodular		
d) Se han determinado las fases y actividades que han de realizarse en un determinado evento.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita Proyecto intermodular		
e) Se ha elaborado el programa, calendario y cronograma general de un evento de marketing y comunicación	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita Proyecto intermodular		
f) Se han establecido los plazos y la forma de difusión del evento, utilizando herramientas y técnicas de comunicación online y offline.	Actividades y/o Observación y/o		

g) Se han determinado los participantes y medios necesarios para la realización de una rueda de prensa.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita Proyecto intermodular		
3. Define el plan de relaciones con proveedores, actores y agentes participantes en un evento de marketing, cumpliendo condiciones, plazos y presupuesto previstos.		16,67 %	4

a) Se han identificado los proveedores necesarios para la realización de un evento de marketing.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
b) Se han evaluado ofertas de proveedores de eventos en función de criterios de precio, servicios añadidos y condiciones de prestación, entre otros.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
c) Se han determinado las gestiones necesarias para alquilar o contratar un lugar y los medios para la celebración de un evento de marketing.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
d) Se han coordinado los servicios complementarios de catering, azafatas, técnicos de sonido y alquiler de equipos, entre otros.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
e) Se han registrado en una base de datos los proveedores y servicios contratados, respetando la normativa de protección de datos y privacidad de la organización.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
4. Determina las normas de protocolo y ceremonial para la celebración de eventos de marketing y comunicación, programando la intervención de los asistentes y determinando su tratamiento protocolario durante la celebración del evento.		16,67 %	UT 2
a) Se ha identificado el protocolo y ceremonial adecuado al tipo de evento de marketing.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
b) Se ha establecido el orden de precedencia de los asistentes al evento, según la normativa oficial, usos y costumbres del sector, rango y representación institucional de los asistentes, criterios de la organización y programa del evento.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		

c) Se ha determinado el tratamiento protocolario a los asistentes a un evento, de acuerdo con la jerarquía, rango y representación institucional.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
d) Se ha programado la intervención de los asistentes, intervinientes, representantes de los medios u otros agentes, de acuerdo con el protocolo, orden establecido y usos.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
e) Se ha seleccionado el lugar de colocación y situación de elementos, paneles, carteles, escudos, banderas oficiales o de la organización, de acuerdo con la normativa vigente y el protocolo empresarial.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
5. Determina las actitudes y aptitudes que hay que adoptar en la asistencia, coordinación y supervisión de los eventos de marketing, cumpliendo las normas de protocolo y diferenciación jerárquica.		16,67%	UT 5
a) Se ha analizado la importancia de una atmósfera positiva y una actuación educada y amable en el desarrollo de un evento.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita Prácticas empresa		
b) Se han analizado los aspectos más importantes de la imagen personal en la celebración de actos y eventos de marketing.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita Prácticas empresa		
c) Se han analizado los errores más frecuentes en las actitudes y aptitudes de los actores y agentes participantes en un evento.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita Prácticas empresa		

d) Se han aplicado técnicas de comunicación verbal y no verbal según unas pautas y protocolo definido.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita Prácticas empresa		
--	--	--	--

6. Evalúa los resultados del desarrollo de distintos tipos de actos y eventos de marketing, elaborando informes de control.		16,67%	UT 6
a) Se han definido los indicadores de calidad y eficacia operativa en la celebración de eventos.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
b) Se han identificado las incidencias y problemas más habituales en el desarrollo de eventos de marketing y las posibles medidas para subsanarlos.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
c) Se han analizado los sistemas utilizados habitualmente para el control y la evaluación de resultados de un evento o acción de comunicación.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
d) Se han identificado los aspectos que indican el nivel de satisfacción de los públicos objetivos.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		
e) Se ha redactado un informe de evaluación de resultados a partir de los resultados de un cuestionario de satisfacción y los datos de la ejecución de un evento.	Actividades y/o Observación y/o Prueba escrita		

Los contenidos de carácter práctico se trabajarán mediante actividades de clase y simulaciones de casos prácticos empleando la observación directa, actividades de clase o ejercicios prácticos como instrumentos de evaluación mientras que los criterios de matiz teórico se evaluarán, principalmente, mediante pruebas objetivas teórico-prácticas, batería de preguntas en clase o la realización de trabajos específicos.

Calificación de cada resultado de aprendizaje (RRAA)

- Cada RRAA se evaluará independientemente de los demás, obteniéndose una calificación numérica de 0 a 10.
- Para que un RRAA se considere superado, el alumno deberá tener una calificación promedio ≥ 5 .

- Para superar el módulo el alumno debe tener aprobados todos y cada uno de los RRAA (nota superior a 5), si no es así en alguno de ellos, deberá recuperar el mismo.
- Para calificar cada RRAA se usarán los mismos instrumentos de evaluación indicados anteriormente.
- Si algún alumno/a le quedará únicamente pendiente un RRAA se tendrá en consideración el trabajo progresivo llevado a lo largo del curso, mediante los instrumentos de evaluación utilizados en el proceso de enseñanza aprendizaje

Para conseguir los RRAA por parte de los alumnos, se realizarán una o varias pruebas objetivas a lo largo del/los trimestre/s, según el profesor decida, que permitan evaluar los CCEE de carácter teórico que así lo requieran. Para evaluar aquellos CCEE de carácter práctico que requieran de la entrega de ejercicios o trabajos, éstos deberán entregarse dentro del plazo determinado por el profesor pues no se recogerán entregas fuera de plazo.

Debido a la naturaleza del módulo, y como consecuencia a la participación de los RRAA en distintas UT y evaluaciones, será necesario obtener una puntuación de 5 o más en cada UT, en evaluación con la suma del trabajo realizado y de esta manera se superará el módulo.

Calificación final del módulo

En cada sesión de evaluación se calificará el módulo con una nota entera de 1 a 10. Esta nota se obtendrá de redondear la nota media ponderada de las calificaciones de los resultados de aprendizaje, conforme a la siguiente tabla:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	% PESO 1ª EVAL.	% PESO 2ª EVAL.	% PESO EVAL. ORDINARI A
1. Establece los objetivos e instrumentos de las relaciones públicas de la empresa, cumpliendo con lo establecido en la estrategia de comunicación del plan de marketing.	33,33%		16,67%
2. Caracteriza la organización de eventos de marketing, determinando los plazos y la forma de realización de acuerdo al		33,33%	16,67%

briefing, a los criterios y al presupuesto establecido en el plan de marketing.			
3. Define el plan de relaciones con proveedores, actores y agentes participantes en un evento de marketing, cumpliendo condiciones, plazos y presupuesto previstos.		33,33%	16,67%
4. Determina las normas de protocolo y ceremonial para la celebración de eventos de marketing y comunicación, programando la intervención de los asistentes y determinando su tratamiento protocolario durante la celebración del evento.	33,33%		16,67%
5. Determina las actitudes y aptitudes que hay que adoptar en la asistencia, coordinación y supervisión de los eventos de marketing, cumpliendo las normas de protocolo y diferenciación jerárquica.		33,33%	16,67%
6. Evalúa los resultados del desarrollo de distintos tipos de actos y eventos de marketing, elaborando informes de control.		33,33%	16,67%
	33,33%	66,66%	100%

Para la realización de dicha media, el alumno deberá lograr cada uno de los RRAA, es decir, tener una calificación media de 5 en cada uno de los RRAA. De lo contrario, tendrá una nota en la evaluación inferior a 5.

*La Nueva Ley de FP (Ley Orgánica 3/2022) establece el carácter dual de la Formación Profesional para los Grados C y D, que se basa en la obligatoriedad de una fase formativa en la empresa (como mínimo el 25% de la duración total) a partir del curso 2024-2025. Los RRAA y CCEE que aparecen señalados con el término Proyecto, serán evaluados en la presentación de este, suponiendo un 10% de la calificación del mismo

Criterios de recuperación

- ✓ El alumno deberá recuperar aquellos RRAA no logrados hasta el momento y que impliquen una calificación negativa (<5). La recuperación tendrá lugar al final del curso durante la evaluación ordinaria.
- ✓ En las recuperaciones se emplearán los instrumentos adecuados para la evaluación de cada RRAA.

- ✓ Los RRAA se evaluarán de 0 a 10, y la nueva nota será la única que cuente para la calificación, y por tanto, para la nota final, respetando así el principio de evaluación continua.
- ✓ Cuando se recurra a la re-entrega de prácticas, ejercicios o trabajos cuya realización pueda albergar dudas de autoría y correcto aprendizaje, se podrá exigir al alumno que explique y justifique su solución propuesta y la calificación vendrá determinada por la adecuación de dicha defensa.
- ✓ La recuperación o las recuperaciones de los RRAA no superados se realizarán antes de la 1ª sesión de evaluación ordinaria
- ✓ Los alumnos que no hayan superado el módulo tras las evaluaciones parciales tendrán ocasión de hacerlo en primera convocatoria ordinaria del curso y de no superar el módulo en esta convocatoria tendrán que evaluarse de nuevo en la segunda convocatoria ordinaria.
- ✓ Para ello se entregará un plan de recuperación individualizado en el que se indicará los RRAA pendientes de superar de los que se tiene que volver a evaluar

Procedimiento de pérdida de evaluación continua

La Orden de 29/07/2010, de la Consejería de Educación, Ciencia y Cultura, por la que se regula la evaluación, promoción y acreditación académica del alumnado de formación profesional inicial del sistema educativo de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. [2010/14361] establece en su Artículo 4 lo siguiente:

La evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado de formación profesional inicial del sistema educativo será continua, integradora y diferenciada según los distintos módulos y se realizará a lo largo de todo el proceso formativo del alumno.

La evaluación continua exige el seguimiento regular del alumnado de las actividades programadas para los distintos módulos que integran el ciclo formativo. Con carácter general la asistencia será obligatoria. Una asistencia inferior al ochenta por ciento de las horas de duración de cada módulo profesional supondrá la pérdida del derecho a la evaluación continua. Las faltas de asistencia debidamente justificadas no serán computables.

Los alumnos que hayan perdido el derecho a la evaluación continua tendrán derecho a la realización de una prueba objetiva. Dicha prueba tendrá como objeto comprobar el grado de adquisición de los resultados de aprendizaje establecidos para cada módulo y en base a ella se realizará la calificación del alumno en la primera sesión de evaluación ordinaria.

El alumnado que haya perdido el derecho a la evaluación continua o aun no habiéndolo perdido, por justificar las faltas adecuadamente, no haya asistido a más del ochenta por ciento de la horas de duración de cada módulo, no podrá realizar aquellas actividades prácticas o pruebas objetivas que, a juicio del equipo docente, impliquen algún tipo de riesgo para sí mismos, para el resto del grupo, o para las instalaciones del centro.

El profesor tutor con el visto bueno de la Dirección del centro, comunicará, según modelo establecido en el Anexo I, la pérdida del derecho a la evaluación continua y sus consecuencias, al alumnado objeto de tal medida y, en el caso de ser menor de edad, a sus representantes legales, en el momento en que se produzca.

Pruebas a realizar por la pérdida de evaluación continua:

Prueba objetiva teórico-práctica

Si el profesor lo cree conveniente puede además solicitar al alumno la entrega de ejercicios o algún trabajo específico.

MEDIDAS DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD.

Esta programación, por tanto, para dar respuesta a la diversidad del alumnado y a las consiguientes necesidades educativas, contará con las siguientes finalidades básicas:

Atención a la diversidad de ritmos, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado. Para dar respuesta a los distintos ritmos de aprendizaje, aptitudes, intereses, expectativas y motivaciones del alumnado al que hemos hecho referencia anteriormente y con los que me encontraré inevitablemente en todos los cursos, estableceré dos tipos de actividades concretas, unas serán de refuerzo y otras de ampliación, en concreto:

Si se aprecia la existencia de alumnos/as con un ritmo más acelerado de aprendizaje, se les propondrá actividades de ampliación, que generalmente consistirán en la realización de alguna investigación referente a los contenidos que se estén trabajando para motivarles y que se impliquen en su proceso de enseñanza-aprendizaje.

Si se aprecia alumnos/as con posibles dificultades de aprendizaje (ritmo más lento), se les propondrá la realización de actividades de refuerzo, que los introduzca en los contenidos de la materia y les ayude a seguir el ritmo de la clase con menor dificultad.

Atención a alumnos/as con necesidades específicas de apoyo educativo. Se centrarán en la realización de adaptaciones curriculares no significativas y de acceso. Consideraremos fundamental en el caso de tener alumnos/as con estas características el asesoramiento y la supervisión que se realice desde el departamento de orientación del centro.

Se tendrán en cuenta las necesidades de los alumnos ACNEAES y ACNEES, a la hora del desarrollo y la implementación de la programación del módulo formativo. Cualquier actuación será coordinada por el Departamento de Orientación.

El carácter abierto y flexible del currículo tiene por objeto atender a la diversidad del alumnado, teniendo en cuenta también lo establecido en el Decreto de Inclusión 85/2018 de la JCCM.