

## PROTOCOL EMPRESARIAL

### CONTINGUTS

#### **Unitat 1. Caracterització dels fonaments i elements de les relacions públiques**

- Protocol i relacions públiques:
  - Definició de "protocol".
  - Protocol i cultura.
  
- Identitat corporativa:
  - Objectius.
  - Atributs de la cultura corporativa.
  - Eines
  
- La imatge corporativa:
  - Definició.
  - Components.
  - Tipus.
  
- La responsabilitat social corporativa:
  - Empresa i societat.
  
- Normes generals de comportament:
  - Saber ser.
  - Saber estar.
  - Saber interactuar.
  - Usos i costums interculturals.
  
- Tècniques d'imatge personal en el protocol empresarial
  
- Expressió verbal i no verbal:
  - Expressió verbal:
    - Regles.
    - Tècniques.
  
  - Expressió no verbal:
    - Models.
    - Gramàtica gestual.
    - Variants interculturals.
  
- Mitjans de comunicació:
  - Comunicació directa i indirecta.
  - Tipus de mitjans de comunicació.
  - Abast i cobertura.
  - Avantatges i inconvenients.

- Etiqueta a la xarxa (netetiqueta):
- Regles de netetiqueta.

## **Unitat 2. Selecció de tècniques de protocol**

-Protocol Empresarial:

- Normes.
- Rangs.
- Presidència d'actes.
- Manual de protocol.

- Actes empresarials protocol·laris:

- Tipus.
- Objectius.
- Necessitats.
- Programació.
- Organigrama.
- Valoració i mesures correctores.

- Pressupostos:

- Partides.
- Tècniques de càlcul de costos.

## **Unitat 3. Caracterització del protocol institucional**

-Protocol institucional:

- Normes legals.
- Precedències.
- Presidència d'actes.
- Manual de protocol institucional.EMPRESARIAL

- Actes institucionals protocol·laris:

- Tipus.
- Objectius.
- Necessitats.
- Inauguracions, actes públics, visites, esdeveniments especials.

- Pressupostos:

- Partides.
- Reserves pressupostàries.
- Tècniques de càlcul de costos.

## **Unitat 4. Coordinació d'activitats de recolçament a la comunicació i les relacions personals**

-Relacions públiques:

- Definició.

- Components.
- Tècniques.
- Disciplines connexes.
  
- Normativa de l'organització:
  - Àrees de responsabilitat.
  - Manuals operatius.
  - Manuals d'estil.
  - Política de comunicació.
  
- Protocol intern:
  - Objectius.
  - Fases.
  - Cultura organitzacional.
  
- Protocol extern:
  - Objectius.
  - Fases.
  - Recursos operacionals

### **Unitat 5. Elaboració de cartes de servei i compromisos de qualitat empresarial**

- Normativa de consum:
  - Local, autonòmica, nacional, supranacional.
  - Grau d'influència.
  - Adaptació.
  
- Garanties del producte / servei:
  - Tipus de garanties.
  - Rangs de compromís.
  - Responsabilitat social corporativa.
  
- Queixes, reclamacions i suggeriments:
  - Definició.
  - Tipus.
  - Normativa legal.
  
- Principals motius de queixes:
  - Motius.
  - Tipificació de grau.
  
- Canals de recollida de queixes, reclamacions i suggeriments:
  - Centre d'atenció i recollida.
  - Vies de recepció.
  - Redireccionament.
  
- Manual de gestió de queixes i reclamacions:
  - Procediment.
  - Actuacions.
  - Resolució.

- Seguiment.

## **Unitat 6. Promoció d'actituds d'atenció al client/usuari**

- Codi deontològic:

- Definició.
- Objectius.
- Normes i valors.

- Assegurament de la reserva i confidencialitat:

- Normativa.
- Procediment.

- Sistemes d'informació amb accessos restringits:

- Tipus.
- Requisits d'accés.

- Habilitats socials en l'atenció al client / usuari:

- Usos i costums.
- Respecte, empatia, simpatia.

- Cultura d'empresa:

- Definició.
  - Missió i visió.
- Imatge corporativa enfront del client / usuari o la clienta / usuària.

## CRITERIS D'AVALUACIÓ

Unitats	Resultats d'aprenentatge	Criteris d'avaluació
Unitat 1. Caracterització dels fonaments i elements de les relacions públiques	Caracteritza els fonaments i elements de relacions públiques, relacionant-los amb les diferents situacions empresarials.	<p>a) S'han definit els fonaments i principis de les relacions públiques.</p> <p>b) S'ha identificat i classificat els conceptes de "identitat corporativa", "imatge corporativa" i els seus components.</p> <p>c) S'han reconegut diferents tipus d'imatge projectades per empreses i organitzacions.</p> <p>d) S'han reconegut i valorat els diferents recursos de les relacions públiques.</p> <p>e) S'han seleccionat diferents mitjans de comunicació, depenent del producte a comunicar i el públic al qual s'adreça.</p> <p>f) S'ha valorat la importància de la imatge, la identitat corporativa, la comunicació i les relacions públiques en les empreses i organitzacions.</p> <p>g) S'ha analitzat la conveniència de comptar amb un servei de protocol i / o un gabinet de premsa o comunicació, segons la dimensió de l'empresa o organització.</p>
Unitat 2. Selecció de tècniques de protocol	Selecciona les tècniques de protocol empresarial aplicable, descrivint els diferents elements de disseny i organització, segons la naturalesa i el tipus d'acte, així com al públic al qual va dirigit.	<p>a) S'ha identificat la naturalesa i el tipus d'actes que s'han d'organitzar i s'han aplicat les solucions organitzatives adequades.</p> <p>b) S'han descrit les fases de creació i disseny d'un manual de protocol i relacions públiques, segons el públic al qual va dirigit.</p> <p>c) S'han diferenciat els requisits i les necessitats dels actes protocol·laris nacionals dels internacionals.</p> <p>d) S'han identificat les tècniques de funcionament, planificació i organització de actes protocol·laris empresarials.</p> <p>i) S'ha elaborat el programa i cronograma de l'acte que es va a organitzar.</p> <p>f) S'ha definit i / o emplenat la documentació necessària segons l'acte per el seu correcte desenvolupament.</p> <p>g) S'ha calculat el pressupost econòmic de l'acte a organitzar.</p>

		<p>h) S'han definit els indicadors de qualitat i punts clau per al correcte desenvolupament de l'acte.</p> <p>i) S'han comprovat les desviacions produïdes en els indicadors de qualitat i punts clau, i s'han previst les mesures de correcció corresponents per edicions posteriors.</p> <p>j) S'han valorat els actes protocol·laris com a mitjà coadjuvant a l'estratègia en els negocis i en la millora de les relacions internes de l'empresa.</p> <p>k) S'han analitzat els aspectes de seguretat adequats en funció del tipus de acte i / o convidats, i com poden afectar l'organització.</p>	
Unitat 3. Caracterització del protocol institucional	Caracteritza el protocol institucional, analitzant els diferents sistemes d'organització i utilitzant les normes establertes.	<p>Criteris d'avaluació:</p> <p>a) S'han definit els elements que conformen el protocol institucional i les classes de públic al que pot dirigir-se.</p> <p>b) S'han valorat la importància del coneixement i seguiment dels manuals de protocol i relacions públiques definits en les institucions.</p> <p>c) S'ha caracteritzat el disseny, planificació i programació de l'acte protocol·lari en funció de l'esdeveniment que es va a organitzar.</p> <p>d) S'han descrit els principals elements simbòlics i / o de representació en els actes institucionals (banderes, himnes, etc.)</p> <p>e) S'han identificat les tècniques de funcionament, planificació i organització de actes protocol·laris institucionals.</p> <p>f) S'ha definit i / o emplenat la documentació necessària, segons l'acte, per al seu correcte desenvolupament.</p> <p>g) S'ha calculat el pressupost econòmic de l'acte que es va a organitzar.</p> <p>h) S'han comprovat les partides pressupostàries reservades per a l'acte, així com el compliment en procediments i terminis dels tràmits necessaris.</p> <p>i) S'han definit els indicadors de qualitat i punts clau per al correcte desenvolupament de l'acte.</p> <p>j) S'han valorat els actes protocol·laris institucionals com el mitjà de comunicació i relació entre institucions.</p> <p>k) S'han analitzat els aspectes de seguretat adequats i la correcta coordinació amb els serveis de seguretat de les institucions implicades en un acte protocol·lari.</p>	
Unitat 4. Coordinació d'activitats de	Coordina activitats desuport a la comunicació ia les	a) S'ha valorat la importància de les relacions públiques com a element estratègic en el tracte amb la clientela, interna i	

<p>recolçament a la comunicació i les relacions personals</p>	<p>relacions professionals, internes i externes, associant les tècniques emprades amb el tipus d'usuari o usuària..</p>	<p>externa, usuaris o usuàries, proveïdors o proveïdores, i tercers relacionats amb l'empresa (stakeholders).                  b) S'han descrit els components de les relacions públiques. (saber estar, educació social, indumentària, etiqueta, salutació, invitació formal, comiat, temps, entre d'altres).                  c) S'han analitzat els objectius i les fases del protocol intern, atenent al organigrama funcional de l'empresa o del departament, i les relacions funcionals establertes.                  d) S'han analitzat i descrit els objectius i les fases del protocol extern segons el client / usuari o la clienta / usuària.                  e) S'han diferenciat les modalitats d'atenció al client / usuari i els diferents proveïdors externs necessaris per al seu desenvolupament.                  f) S'han analitzat les tècniques de relacions públiques i protocol relacionades amb els mitjans de comunicació                  g) S'han aplicat les accions del contacte directe i no directe, respectant les normes de deontologia professional.                  h) S'han demostrat les actituds i aptituds de professionals en els processos de atenció al client.                  i) S'han definit les tècniques de dinamització i interacció grupal.                  j) S'ha mantingut la confidencialitat i privacitat, ajustant les seves actuacions a l' codi deontològic de la professió.</p>	
<p>Unitat 5. Elaboració de cartes de servei i compromisos de qualitat empresarial</p>	<p>Elabora les cartes de serveis o els compromisos de qualitat i garantia, ajustant-se als protocols establerts a l'empresa / organització.</p>	<p>a) S'han reconegut els compromisos de qualitat i garantia que ofereix l'empresa al seu usuari / client o la seva usuària / clienta, i les normatives de consum a què està subjecte.                  b) S'han descrit les implicacions de les polítiques empresarials relatives a la responsabilitat social corporativa.                  c) S'han definit les característiques principals dels centres d'atenció al client i de les cartes de servei.                  d) S'han definit i analitzat els conceptes formals i no formals de queixes, reclamacions i suggeriments.                  i) S'ha valorat la importància de les queixes, reclamacions i suggeriments com element de millora contínua.                  f) S'ha analitzat la normativa legal vigent en matèria de reclamacions de clients o clientes en establiments d'empreses.                  g) S'han dissenyat els punts clau que ha de contenir un manual corporatiu de atenció al client / usuari i gestió de queixes i reclamacions.</p>	

		<p>h) S'ha valorat la importància de tenir una actitud d'empatia cap al client / usuari o la clienta / usuària.</p>	
<p>Unitat 6.                  Promoció d'actituds d'atenció al client/usuari</p>	<p>Promou actituds correctes d'atenció al client / usuari, analitzant la importància de superar les expectatives del mateix.</p>	<p>a) S'han analitzat les expectatives dels diferents tipus de client / usuari o clienta / usuària.                  b) S'han definit les fases per a la implantació d'un servei o procediment de atenció al client / usuari, incloent la faceta de control de qualitat del mateix.                  c) S'han descrit les claus per aconseguir una actitud d'empatia amb el client / usuari o la clienta / usuària.                  d) S'ha valorat la importància d'una actitud de simpatia.                  e) S'ha valorat en tot moment una actitud de respecte cap a clientela, superiors i companys o companyes.                  f) S'han definit variables de disseny per a tothom a l'hora de la planificació i desenvolupament de l'atenció al client / usuari.                  g) S'ha supervisat l'atenció al client en les instàncies que depenguin del assistent o de l'assistenta o de l'assistenta de direcció.                  h) S'han seguit procediments i actituds d'acord amb la imatge corporativa.                  i) S'ha valorat la importància d'integrar la cultura d'empresa en l'atenció al client / usuari per a l'assoliment dels objectius establerts en l'organització.                  j) S'ha mantingut la confidencialitat i privacitat, ajustant les seves actuacions a l'codi deontològic de la professió.</p>	





**IES Ses Estacions**  
**DEPARTAMENT D'ADMINISTRACIÓ**  
**PROVES LLIURES**

C/ Marquès de la Fonstsanta nº  
12  
07005 Palma de Mallorca  
971770267  
sesestacions@gmail.com





**IES Ses Estacions**  
**DEPARTAMENT D'ADMINISTRACIÓ**  
**PROVES LLIURES**

C/ Marquès de la Fonstsanta nº  
12  
07005 Palma de Mallorca  
971770267  
sesestacions@gmail.com




**BIBLIOGRAFÍA**
