

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	PROTOCOLO Y GESTIÓN DE EVENTOS		
Identificador:	32472		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (CA) BOE 15/10/2014		
Módulo:	COMUNICACIÓN CORPORATIVA		
Tipo:	OPTATIVA		
Curso:	4	Periodo lectivo:	Segundo Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	60	Trabajo Autónomo:	90
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Inglés
Profesor:	VAZQUEZ SANDE, PABLO (T)	Correo electrónico:	pvazquez@usj.es

PRESENTACIÓN:

El Protocolo se ha convertido en una disciplina crucial en la gestión de eventos. En los actos oficiales sus normas se respetan estrictamente llegando a ser noticiable cualquier hecho que se salte el protocolo. Actualmente, ya no está destinado únicamente a la esfera oficial, sino que ha traspasado esa frontera y se emplea en otros ámbitos como el empresarial, deportivo, universitario, social, etc. El estudio del Protocolo permitirá al alumno conocer cómo su correcto uso proporciona un gran valor añadido al Estado y a la empresa, ayudando a controlar la imagen que emite una persona o institución hacia sus públicos y traduciéndola en imagen positiva.

Esta asignatura pretende ayudar al alumno a conocer y aplicar las técnicas que el Protocolo posee para construir, mantener y, sobre todo, transmitir la misión de la organización a sus públicos (stakeholders). Se estudiarán las fases en la creación de un acto y todos aquellos aspectos que desde el punto de vista de la comunicación se tienen que tener en cuenta en la organización de un evento. Al mismo tiempo, se hará hincapié en la importancia que los eventos, su diseño y gestión, van adquiriendo en la comunicación empresarial e institucional.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G02	Resolución de problemas.
	G03	Capacidad de organización y planificación.
	G04	Uso de las tecnologías de la información.
	G05	Trabajo en equipo.
	G06	Habilidades interpersonales.
	G08	Capacidad de trabajar en un contexto internacional.
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos.
	G10	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad).
	G11	Capacidad de investigación.
Competencias Específicas de la titulación	E01	Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de las políticas empresariales de comunicación comercial y de RRPP.
	E08	Capacidad para definir y gestionar los presupuestos de acciones de marketing, publicidad y RRPP para la correcta imputación de sus costes, siendo estas disciplinas y sus correspondientes actividades dentro del marco empresarial las propias a las que accede un profesional formado en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
	E11	Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles (identidad, personalidad e imagen corporativa) de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma.
	E18	Asumir la innovación como pauta proyectual en la creación publicitaria y como variable que favorece fijar nuevas y resolutivas vías comunicativas relacionales dentro de las organizaciones, las cuales actúan como eje vertebral en la resolución de todo tipo de retos y problemas, relacionados o no con aspectos concretos la comunicación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido con valentía, y también prudencia y profesionalidad, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.
	E19	Ejercitar y poner en uso el pensamiento creativo ante todo tipo de situaciones y de una manera habitual, dado el cariz expresivo -sostenido por matices audiovisuales y/ o discursivos- que demanda una profesión, la publicitaria y/ o de relaciones públicas, especialmente dinámica y consolidada gracias a parámetros persuasivos que requieren el uso de habilidades creativas por parte de los agentes que participan en su actividad.
	E20	Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo



		actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos. La formación del alumno en materias particulares de dirección responsable dentro del ámbito de las relaciones públicas, optimiza su inminente adscripción a dichos equipos profesionales; desplegando -desde la responsabilidad social y humana- una serie de habilidades directivas y de liderazgo en el contexto de una organización.
	E23	Capacidad para gestionar las propias emociones, el estrés, y las frustraciones ante las dificultades que aparezcan en el desarrollo de los proyectos y retos profesionales dentro de un segmento profesional, el propio de la publicidad y las relaciones públicas, cuya actividad demanda, por un lado, un continuo tránsito de propuestas entre profesional y cliente, y por otro, una relación directa a nivel técnico y humano dentro del heterogéneo entramado de agentes que constituyen una organización.
	E28	Ser capaces de anticipar tendencias y corrientes en la industria publicitaria y de marketing.
	E32	Capacidad para comprender la dinámica de los medios de comunicación de masas, y de la realidad digital, para adaptar correctamente las estrategias de relaciones públicas y de comunicación corporativa.
Resultados de Aprendizaje	R01	Definir el concepto de protocolo como herramienta de comunicación y factor indispensable en las relaciones externas de toda organización.
	R02	Conocer las principales reglas y técnicas para organizar cualquier tipo de acto, así como la legislación vigente relativa al protocolo.
	R03	Conocer la estructura y organización de un equipo de protocolo.
	R04	Saber aplicar los reglamentos generales de protocolo en la organización de actos y ser capaz de elaborar el Plan de Trabajo para organizar un acto.
	R05	Exponer y razonar las decisiones relativas a la organización de un acto.
	R06	Enfrentarse con éxito al diseño, planificación y gestión de eventos de comunicación
	R07	Integrar la gestión y puesta en marcha con otras canales y acciones de la publicidad y las relaciones públicas, y desde una visión de comunicación de marketing amplia y con perspectiva.

REQUISITOS PREVIOS:

- Comprensión lectora y expositiva en castellano e inglés, con hincapié en un excelente manejo de la lengua española, su redacción, vocabulario, ortografía y estructura gramatical.
- Conocimiento de las herramientas informáticas del paquete Microsoft Office-Windows: tratamiento de textos, acceso a Internet, gestión del correo electrónico.
- Manejo de fuentes, bibliografía, recursos y documentación en el campo de las Ciencias de la Comunicación.
- Motivación, interés y ganas de profundizar en el área de conocimiento del Protocolo y la organización de eventos.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

1 - Introducción al protocolo
1.1 - Definición del protocolo, ceremonial y etiqueta. Antecedentes del protocolo.
1.2 - Conceptos básicos del protocolo: presidencia y precedencia
1.3 - Profesión del protocolo: el jefe de protocolo. La ordenación en mesas.
2 - Protocolo oficial español
2.1 - Rasgos y origen del protocolo oficial español. Normativa oficial del Estado. RD 2099/83.
2.2 - Tratamientos en el protocolo oficial. La Corona. El protocolo internacional.
2.3 - Símbolos oficiales del Estado. La cooficialidad de símbolos.
3 - Protocolo empresarial
3.1 - Principios y funciones del Protocolo en la empresa. Diferencias esenciales con el protocolo oficial
3.2 - Manual Interno de Protocolo en la empresa
4 - Protocolo social
4.1 - Saber ser, saber estar. Presentaciones y saludos. Imagen personal: la etiqueta
4.2 - Los comportamientos en sociedad. La netiqueta.
5 - Los actos como herramienta de comunicación corporativa

5.1 - Concepto de acto corporativo y rasgos característicos. Fases de la organización de un evento corporativo.
5.2 - Invitaciones a un acto. Papel de los símbolos de identidad corporativa de la organización en un evento.
5.3 - El papel del anfitrión. El invitado de honor. Obligaciones de los invitados a un acto corporativo.
6 - Actos corporativos más frecuentes
6.1 - Inauguraciones. Colocación de primera piedra. Presentación de productos o memorias. Conmemoraciones
6.2 - Convenios. Exposiciones. Visitas a instalaciones. Entregas de premios.
6.3 - Otros actos corporativos. Revisión sobre congresos y ferias.

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

-Clase magistral: transmisión de contenidos en un tiempo ocupado principalmente por la exposición oral y el apoyo de las TIC.

-Tutorías: el estudiante podrá preguntar al profesor, tanto de forma presencial, como a través de plataforma virtual, todas aquellas dudas que no han podido ser solucionadas durante las clases presenciales teóricas o consultar bibliografía.

-Exposición didáctica: presentaciones orales, reforzadas con material de apoyo, para presentar aspectos teóricos relacionados con el Protocolo y la organización de eventos.

-Coloquios: conversaciones grupales para verificar la correcta comprensión de aspectos fundamentales asociados al Protocolo y la organización de eventos.

-Estudio de casos: análisis de casos prácticos para facilitar la comprensión y aplicación de aspectos clave asociados al Protocolo y la organización de eventos.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	30
	Otras actividades teóricas	6
	Casos prácticos	5
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	2
	Debates	3
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	5
	Proyección de películas, documentales etc.	2
	Talleres	3
	Asistencia a charlas, conferencias etc.	2
	Actividades de evaluación	2
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	1
	Estudio individual	44
	Preparación de trabajos individuales	15
	Preparación de trabajos en equipo	15
	Lecturas obligatorias	3
	Lectura libre	2
	Otras actividades de trabajo autónomo	10
Horas totales:		150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	15	%
Trabajos en equipo:	35	%
Prueba final:	50	%
TOTAL	100	%

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

CUADRADO, Carmen. Protocolo y comunicación en la empresa y en los negocios. Madrid: Confemetal, 2008.
DE DIOS, Juan. Protocolo para la organización de actos oficiales y empresariales. Málaga: IC Editorial, 2016.
FUENTE, Carlos. Protocolo oficial. Las instituciones españolas del Estado y su ceremonial. Madrid: Ediciones Protocolo, 2008.

Bibliografía recomendada:

BARQUERO, José Daniel. Los secretos del protocolo, las relaciones públicas y la publicidad. Valladolid: Lex Nova, 2007.
CASTRO, María del Mar. Netiqueta: comunicación en entornos digitales. Vigo: Nova Galicia Edicions, 2016.
FERNÁNDEZ, Fernando y BARQUERO, José Daniel. El libro azul del protocolo y las relaciones públicas. Madrid: McGraw Hill, 2004.
MARTÍNEZ GUILLÉN, María del Carmen. Manual básico de protocolo empresarial y social. Madrid: Díaz de Santos, 2007.
OTERO, M ^a Teresa. Teoría y Estructura del Ceremonial y el Protocolo. Sevilla: Mergablum Edición y Comunicación, 2000.
RAMOS, Luis: El protocolo de empresa: herramientas para crear valor. A Coruña: Netbiblo, 2008.

Páginas web recomendadas: