

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**



**GRADO EN PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN
DE EVENTOS**

**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA
UNIVERSITARIA**

GUÍA DOCENTE

**COMUNICACIÓN APLICADA Y
CORPORATIVA**

CURSO ACADÉMICO 2015-2016

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	GRADO EN PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
Facultad:	CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Departamento/Instituto:	Instituto Universitario de Protocolo
Módulo:	Comunicación
Denominación de la asignatura:	Comunicación Aplicada y Corporativa
Código:	15016
Curso:	Segundo
Semestre:	Segundo
Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa):	Obligatoria
Créditos ECTS:	6
Modalidad/es de enseñanza:	Semipresencial
Lengua vehicular:	Castellano
Página web: www.ucjc.edu	

2. REQUISITOS PREVIOS.

Esenciales:

Los propios del título.

Aconsejables:

Es aconsejable que el alumno tenga conocimientos de redacción periodística y técnicas de comunicación.

3. SENTIDO Y APORTACIONES DE LA ASIGNATURA AL PLAN DE ESTUDIOS.

Campo de conocimiento al pertenece la asignatura.

Comunicación aplicada: promoción de eventos, gestión de la comunicación y atención a los medios.

Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.

Marketing, planificación, inglés y logística para la preparación de eventos.

Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.

El proceso de involucración de los agentes internos a la organización, su adecuada coordinación, el plan de RRPP y las actividades de prensa para desarrollar adecuadamente eventos corporativos son el conjunto de aportaciones básicas de interés profesional que debe conocer el alumno. Conocer su papel en la organización y poner en valor la planificación de eventos pasa por una comunicación externa e interna adecuada y en tiempo.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA.

COMPETENCIAS GENERALES	RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LAS COMPETENCIAS GENERALES
CG1. Poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.	Resultado de aprendizaje CG1. Tener una capacidad analítica y de planificación para estructurar los conceptos básicos y fundamentales de la comunicación y llegar a programar actuaciones en esta materia ordenadas con una capacidad de planificación básica. Como resultado de esta competencia se incluye también: Manejar fuentes digitales para acceder a la información y estructurarla. Escribir

	correctamente textos periodísticos sencillos aplicados a los eventos.
CG3.- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética	Resultado de aprendizaje CG2: Desarrollar las tareas y funciones más relevantes de un gabinete de prensa. Llevar a la práctica el esfuerzo por conseguir una perfecta sintonía entre protocolo y comunicación. Conocer e identificar las diferentes especialidades en el área de la comunicación y la organización de eventos.
CG4 –Entender la planificación y equipo de proyecto relacionado con la comunicación	Resultado de aprendizaje CG4: Desarrollar las tareas y funciones más relevantes de un gabinete de prensa. Preparar un plan básico de comunicación. Llevar a la práctica el esfuerzo por conseguir una perfecta sintonía entre protocolo y comunicación. Conocer e identificar las diferentes especialidades en el área de la comunicación y la organización de eventos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE RELACIONADOS CON LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE2. Conocer e identificar los factores de comunicación que sirvan de soporte para su actividad	Resultado de aprendizaje CE2. Conocimiento de los elementos de soporte de la comunicación y estructuras organizativas para la gestión por proyectos. Gestión de equipos de proyecto. Proponer vías de mejora de la capacidad de comunicación para gestionar la comunicación.
CE10. Capacidad para escribir con fluidez textos, documentación protocolaria, programas, escaletas y guiones en el campo de la organización de eventos, el protocolo, la producción de eventos y multimedia.	Resultado de aprendizaje CE10: Redactar adecuadamente notas de prensa. Manejar la financiación de proyectos con acuerdos. Gestión del personal, sistemas de retribución y contratación. El papel de la “oficina de gestión de la comunicación”. La incorporación del aprendizaje organizativo en gestión de proyectos. Recientes tendencias de organización del trabajo y creación de valor enfocado en la comunicación. Medir y el éxito y su correcta explotación con los medios de comunicación social.
CE13. Capacidad para la negociación en cualquiera de los procesos que implica la organización de eventos, en especial, en aquéllos en los que el consenso condiciona la imagen pública de las instituciones y empresas	Resultado de aprendizaje CE13. Aplicar las habilidades de relación social para la negociación y el consenso. Tener nociones sobre Gestión del conflicto según las situaciones que se le planteen en los trabajos en equipo.Expresar claramente en la organización la actividad de eventos y protocolo para la correcta asimilación de los empleados.

5. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

Tema 1. Tipos de eventos informativos: El dispositivo para los medios de comunicación en la organización de eventos y el centro de prensa

Tema 2. Necesidades y particularidades técnicas para los medios de comunicación en la organización de eventos: El espacio. La iluminación. El sonido. La escenografía: el photocall.

Tema 3. El trato con los medios de comunicación: Pautas generales. Entrevistas.

Tema 4. LA COMUNICACIÓN INTERNA La estrategia de comunicación interna: Definición y tipos de comunicación interna. Comunicación interna ascendente. Comunicación interna descendente. Comunicación interna horizontal.

Tema 5. LA ESTRATEGIA DE LA COMUNICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Introducción y conceptos. El plan de comunicación. Génesis y desarrollo.

Tema 6. COMUNICACIÓN DE CRISIS La gestión de los programas de crisis.

Tema 7. LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS, COMUNICACIÓN Y LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS. La web corporativa. El gabinete de prensa virtual.

6. CRONOGRAMA

UNIDADES DIDÁCTICAS / TEMAS	PERÍODO TEMPORAL
Tema 1	Enero
Tema 2	Febrero
Tema 3	Febrero
Tema 4	Marzo
Tema 5	Marzo
Tema 6	Abril
Tema 7	Mayo

7. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA

MODALIDAD ORGANIZATIVA	MÉTODO DE ENSEÑANZA	COMPETENCIAS RELACIONADAS	HORAS PRESENC.	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	TOTAL DE HORAS
Clase teórica	Método expositivo	CG1, CG2, CG4	13	15	28
Clases práctica	-Estudios de casos -Aprendizaje basado en problemas	CE2, CE10, CE13	11	13	24

	-Resolución de Problemas				
Trabajo en grupo	-Aprendizaje orientado a proyectos -Aprendizaje cooperativo -Resolución de problemas	CG1, CG2, CG4 CE2, CE10, CE13	1	3	4
Debates dirigidos	Aprendizaje cooperativo -Resolución de problemas	CG1, CG2, CG4 CE2, CE10, CE13	1	3	4
Tutorías	-Aprendizaje basado en problemas -Resolución de problemas -Sesiones a través de la plataforma virtual Blackboard	CG1, CG2, CG4 CE2, CE10, CE13	7	5	12
Preparación clases teóricas y prácticas	Trabajo y estudio individual	CG1, CG2, CG4 CE2, CE10, CE13	0	56	56
Estudio Examen	Trabajo y estudio individual	CG1, CG2, CG4	0	22	22
Total de horas			33	117	150

8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
Estudio de casos prácticos y resolución de ejercicios y problemas	Resultados de aplicar los conocimientos adquiridos en cada uno de los módulos a diferentes ejercicios.	30%
Prueba final	Ajuste a los contenidos determinados por el programa	50%
Asistencia y Participación activa en el aula. Foros	Asistencia de los alumnos y participación de los mismos en las diferentes clases y debates creados sobre la materia objeto de evaluación	20%

CONSIDERACIONES GENERALES ACERCA DE LA EVALUACIÓN:

Los ejercicios y trabajos planteados se deberán entregar correctamente en el plazo marcado y en el plazo estipulado. No se aceptará ningún trabajo y ejercicio entregado fuera de plazo.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

En convocatoria extraordinaria se aplicarán los mismos criterios que en convocatoria ordinaria.

FALTAS DE ORTOGRAFÍA:

En cuanto a las faltas de ortografía, y como norma general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves se contabilizarán como dos puntos menos y tres faltas graves se contabilizarán como un suspenso en el ejercicio o examen que las contenga. Respecto a las faltas de ortografía leves (acentos y mayúsculas), cada dos faltas leves supondrán una grave con la misma equivalencia.

FALTAS DE INTEGRIDAD ACADÉMICA:

Las faltas de integridad académica (ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos, uso indebido/prohibido de información durante los exámenes, etc.), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicará la pérdida de la evaluación, sin perjuicio de las acciones sancionadoras establecidas por la Universidad.

9. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

- CEBRIÁN HERREROS, Mariano. 1995 Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones .Ed. Síntesis
- COLBERT, F. y CUADRADO, M.. Marketing de las Artes y la Cultura. Ariel 2003
- FERNÁNDEZ PARDO, A. El Backstage de los egoblogs. Ediciones Protocolo 2013
- GOMEZ QUIJANO, Arturo. 2009 Comunicación para ejecutivos, las tres distancias de la comunicación en las organizaciones. Ediciones Internacionales Universitarias. Madrid.
- HERRERO, J.C., FUENTE, C. 2011. La Comunicación en el protocolo. Ediciones Protocolo, Madrid.
- MARTINEZ SOLANA, Yolanda. 2004 *La Comunicación Institucional* Editorial Fragua. Madrid.
- ZALA MARTÍNEZ, DIEGO. 2008 *La comunicación en los eventos*. Ediciones Protocolo. Madrid.
- *Revista Internacional de Protocolo*. Ediciones Protocolo. Madrid

Bibliografía complementaria

- MARTIN MARTIN, FERNANDO, 2004 Diccionario de Comunicación Corporativa e Institucional y Relaciones Públicas Editorial Fragua. Madrid.
- VÁZQUEZ BURGOS, MIGUEL ANGEL, 2004 El profesional de las relaciones externas Bosch Comunicación. Barcelona.

Durante el Curso, se ofrece a los alumnos más textos para completar la bibliografía. Se recomienda el uso fluido de internet, especialmente de las páginas:

- www.periodistadigital.com
- www.elconfidencial.com

Ejercicios y materiales para el curso:

<http://www.expansion.com/especiales/sociedad-conocimiento>

<http://www.economista.es/especiales/retos-de-la-sociedad-en-red/>

<http://www.topcomunicacion.com/noticia/920/elegir-agencia-notas-de-prensa-por-que-son-menos-utiles>

<http://www.nuevaimagen.com/>

<http://www.muypymes.com/marketing/recursos/7283-10-practicas-prohibidas-al-trabajar-en-marketing.html>

Informe sobre redes sociales de McCann

http://www.domestika.org/recursos/627-e_books_de_diseno

Five ways to develop a dialogue with key influencers

<http://www.marketingprofs.com/7/merchant7.asp>

Influencers don't care about you, your products or (least of all) your marketing messages

http://www.themarketingblog.co.uk/e_article000668061.cfm

Influencing the influencer

<http://www.imediconnection.com/content/10844.asp>

Influence: science & practice

10.- OBSERVACIONES

LECTURA OBLIGATORIA:

BERCERUELO, Benito 2014. *Nueva Comunicación interna en la empresa* Estudios de Comunicación, Madrid.

Se evaluará conforme a los criterios generales contenidos en el apartado 8.