

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	PROTOCOLO Y GESTIÓN DE EVENTOS		
Identificador:	31910		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
Módulo:	COMUNICACIÓN CORPORATIVA		
Tipo:	OPTATIVA		
Curso:	4	Periodo lectivo:	Segundo Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	64	Trabajo Autónomo:	86
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Inglés
Profesor:		Correo electrónico:	

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 noticable 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, a la empresa e incluso en el ámbito social, ayudando a controlar la imagen que emite una persona o institución hacia sus públicos y traduciéndola en imagen positiva.

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.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

1 - INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO
1.1 - Definición de protocolo
1.2 - Historia del protocolo
1.3 - La profesión de protocolo
1.4 - Conceptos básicos
2 - PROTOCOLO OFICIAL ESPAÑOL
2.1 - Origen del protocolo oficial español
2.2 - Normativa oficial del Estado. Real decreto de Precedencias
2.3 - Tratamientos
2.4 - Etiqueta y ceremonial
2.5 - Felipe VI y los cambios en la Corona Española
2.6 - Símbolos del Estado
3 - PROTOCOLO EMPRESARIAL
3.1 - Protocolo en el funcionamiento diario de la empresa
3.2 - Protocolo en las relaciones empresariales
3.3 - Relaciones Internacionales

4 - GESTIÓN DE EVENTOS

- 4.1 - Ordenamiento general de Precedencias
- 4.2 - Organización de celebraciones y banquetes
- 4.3 - Preparación de degustaciones de café, té y vino
- 4.4 - Etiqueta y cortesía en función de la comida y de los invitados

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:

-**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 la Responsabilidad Social Corporativa.

-**Coloquios:** conversaciones grupales para verificar la correcta comprensión de aspectos fundamentales asociados a la responsabilidad social.

-**Estudio de casos:** análisis de casos prácticos para facilitar la comprensión y aplicación de aspectos clave asociados a la Responsabilidad Social Corporativa.

ADVERTENCIAS IMPORTANTES: El ordenador solo se usará en clase para fines didácticos, nunca para otras opciones lúdicas. Tampoco se podrán tener en clase los teléfonos móviles encendidos. El alumno que inclumpla estas indicaciones podrá ser expulsado de la clase.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	17
	Otras actividades teóricas	4
	Casos prácticos	9
	Resolución de prácticas, problemas, ejercicios etc.	7
	Debates	6
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	5
	Proyección de películas, documentales etc.	6
	Talleres	3
	Actividades de evaluación	3
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	4
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	8
	Estudio individual	10
	Preparación de trabajos individuales	12
	Preparación de trabajos en equipo	12
	Realización de proyectos	12
	Tareas de investigación y búsqueda de información	10
	Lecturas obligatorias	8
	Lectura libre	4
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	5

	Otras actividades de trabajo autónomo	5
	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:

CASTRO, María del Mar. Protocolo social. Madrid: Ediciones Protocolo, 2009.
CORREAS, Gerardo. Protocolo para empresas. Madrid: Ediciones Protocolo, 2009.
FUENTE, Carlos. Protocolo oficial. Las instituciones españolas del Estado y su ceremonial. Madrid: Ediciones Protocolo, 2008.
VILARRUBIAS, Felio. Tratado de Protocolo. Oviedo: Nobel, 2004.
FUENTES, Carlos; CAMPOS, Gloria y CAMPOS, Javier. El protocolo Real del S. XXI. El caso de Felipe VI de España. Madrid: Delta Publicaciones, 2015

Bibliografía recomendada:

ARÉVALO, José Pablo. La ciencia del protocolo. Madrid: Ediciones Protocolo, 2001.
CAMPOS, Gloria. Producción de eventos. Madrid: Ediciones Protocolo, 2008.
CHAVARRI DEL RIVERO, Tomás. Protocolo Internacional. Tratado de ceremonial diplomático. Madrid: Ediciones Protocolo, 2004.
CORREAS SÁNCHEZ, Gerardo. La empresa y su protocolo. Madrid: Ediciones Protocolo, 2004.
CUADRADO, Carmen. Protocolo en las Relaciones Internacionales de la empresa y los negocios. Madrid: FC Editorial, 2007.
FERNÁNDEZ, Fernando; BARQUERO, José Daniel. El libro azul del Protocolo y las Relaciones Públicas. Madrid: McGraw-Hill, 2010.
FUENTE, Carlos. Técnicas de organización de actos. Manual de protocolo actualizado. Madrid: Ediciones Protocolo, 2004.
LÓPEZ-NIETO, Francisco. Manual de protocolo. Madrid: Ariel, 2006.
MARÍN, Francisco, Protocolo y Comunicación. Los medios en los actos públicos. Barcelona: Bayer Hnos., 2006.
OTERO, M ^a Teresa. Teoría y Estructura del Ceremonial y el Protocolo. Sevilla: Mergablum Edición y Comunicación, 2000.
RAMOS, Fernando. La comunicación corporativa e institucional: de la imagen al protocolo. Madrid: Universitas, 2002.
ZALA, Diego. La comunicación en los eventos. Madrid: Ediciones Protocolo, 2008.

Páginas web recomendadas:

Asociación Española de Protocolo	https://www.aeprotocolo.org/
Casa Real Española	http://www.casareal.es/
Consejo de Europa	http://www.coe.int/lportal/web/coe-portal
Cortes de Aragón	http://www.cortesaragon.es/
El cuaderno de protocolo	http://www.protocolodigital.es/
Gobierno de Aragón	http://www.aragon.es/
La Moncloa	http://www.la-moncloa.es/
Ministerio de Asuntos Exteriores	http://www.mae.es/
Naciones Unidas	http://www.un.org/
Unión Europea	http://europa.eu/

* Guía Docente sujeta a modificaciones