



## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
<b>Nombre Completo</b>	Protocolo y Organización de Eventos
<b>Código</b>	E000005104
<b>Título</b>	<a href="#">Grado en Periodismo</a>
<b>Impartido en</b>	Grado en Periodismo [Cuarto Curso] Grado en Periodismo [Tercer Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Cuarto Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
<b>Nivel</b>	Reglada Grado Europeo
<b>Cuatrimestre</b>	Semestral
<b>Créditos</b>	3,0
<b>Carácter</b>	Optativa (Grado)
<b>Departamento / Área</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
<b>Responsable</b>	Cristina Puig Alorda
<b>Horario</b>	Martes 16-18h
<b>Horario de tutorías</b>	Martes 18h

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Cristina Puig Alorda
<b>Departamento / Área</b>	Departamento de Ciencias de la Comunicación
<b>Correo electrónico</b>	cpalorda@cesag.comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura	
<b>Competencias - Objetivos</b>	
<b>Competencias</b>	
<b>GENERALES</b>	
<b>CG01</b>	Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de forma oral y escrita y saber sacar partido de los recursos lingüísticos y literarios más apropiados para cada medio de comunicación y cada tipo de público de acuerdo con un nivel equivalente a C1 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación a las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma para el ámbito específico de los estudios de comunicación.



<b>CG02</b>	Expresarse de forma básica, oral y escrita, en una lengua extranjera de acuerdo con un nivel equivalente a B2 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación una lengua extranjera para el ámbito específico de los estudios de comunicación .
<b>CG08</b>	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y consumo.
<b>CG12</b>	Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.
<b>CG13</b>	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.
<b>CG14</b>	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión.
<b>CT10</b>	Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad
<b>TRANSVERSALES</b>	
<b>CT01</b>	Ser capaz de comprender y producir una amplia variedad de textos así como expresarse de forma oral y escrita con fluidez y corrección en las lenguas oficiales y, al menos, en una lengua extranjera
<b>CT04</b>	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente.
<b>CT05</b>	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz.
<b>CT11</b>	Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.
<b>CT12</b>	Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación
<b>ESPECÍFICAS</b>	
<b>CE01</b>	Crear contenidos de forma idónea utilizando los diferentes lenguajes, géneros, formatos y especializaciones propias del Periodismo, así como los diversos soportes, tanto analógicos como digitales
<b>CE04</b>	Ejercer como profesionales en una agencia de comunicación, en la relación con el cliente y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.

### Resultados de Aprendizaje

<b>RA1</b>	Demostrar autonomía y rigor en el cumplimiento de plazos y pautas de trabajo.
<b>RA2</b>	Ejecutar los procesos de producción, dirección y postproducción de los diversos productos periodísticos y comunicativos.
<b>RA3</b>	Conocer el funcionamiento y características del mercado mediático.
<b>RA4</b>	Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.
<b>RA5</b>	Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.
<b>RA6</b>	Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

- 1 . Introducción al protocolo. Definición y tipologías. Las reglas básicas del protocolo. Precedencias, banderas y símbolos.
- 2 . Consideraciones básicas sobre indumentaria
- 3 . Protocolo en la comida
- 4 . Protocolo empresarial y gestión de acontecimientos. Acontecimientos internos y externos.
- 5 . La organización de actos: Partes del acontecimiento (pre, ejecutiva y tabla)
- 6 . Los medios de comunicación
- 7 . Los proveedores: especial referencia a los audiovisuales, gastronomía y seguridad.
- 8 . Tipología de acontecimientos 9 . El manual interno de protocolo en la empresa

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Modalidades organizativas

Interacción profesor-estudiante (Presencial/on-line):

- Centradas en el profesor (Clases teóricas Clases prácticas 30%)
- Centradas en el estudiante (Seminarios- talleres Exposición de trabajos Actividad evaluativa 10% Trabajo autónomo del estudiante (No presencial) )
- Estudio y trabajo individual. Estudio de teoría Preparación de trabajos Preparación actividad de evaluación 60%
- Estudio y trabajo en grupo Estudio de teoría Preparación de trabajos Preparación actividad de evaluación

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

<b>HORAS PRESENCIALES</b>
<b>HORAS NO PRESENCIALES</b>
<b>CRÉDITOS ECTS: 3,0 (0 horas)</b>

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

CUADRARO Esclapez, Carmen (2000) PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA Y LOS NEGOCIOS, FC Editorial SOLÉ, Monserrat. EL PROTOCOLO Y LA EMPRESA. Editorial Planeta, 1998. LAFORET, J.J. PROTOCOLO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL. RUEDA CUENCA, Fernando y SANJUAN MONFORTE, José Carlos EL PROTOCOLO EN LA SOCIEDAD Y EN LA EMPRESA. STANFER Ediciones. Madrid 1996. MARÍN CALAHORRO, Francisco. FUNDAMENTOS DE PROTOCOLO EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: GUÍA PRACTICA. Dir. Fernández del Moral, Javier y Cebrián Herreros, Mariano. Ed. Síntesis, Colección: EXPERIENCIAS E INVESTIGACIÓN, 4.Madrid 1997. OTERO ALVARADO, M. Teresa RAMOS FERNANDO PRÁCTICAS DE CEREMONIAL Y PROTOCOLO Edita CaixaGalicia. Santiago de Compostela URBINA, José Antonio (2001): EL GRAN LIBRO DEL PROTOCOLO, Temas de Hoy, Madrid Bibliografía complementaria Se facilitará a lo largo del curso

### Bibliografía Complementaria

Se irá facilitando a lo largo del semestre.