

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Protocolo y Organización de Eventos
Código	E000005104
Título	<a href="#">Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas</a>
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Cuarto Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Optativa (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Cristina Puig Alorda
Horario	Miércoles 16-18h
Horario de tutorías	Por determinar
Descriptor	Protocolo: definición y tipologías. Reglas básicas. Protocolos para actos políticos, sociales, familiares y empresariales. Vestuario, comida, comunicación oral y escrita, tratamientos, banderas y símbolos; legislación estatal y autonómica. Técnicas de organización, diseño, programación y gestión de eventos. Planificación, presupuestos y ejecución. Habilidades de comunicación. Seguridad y legislación de eventos. Ceremonial religioso y universitario. Actos públicos y oficiales. Taller de grandes eventos. Mercado turístico y de reuniones. Protocolo deportivo. Relaciones internacionales.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Cristina Puig Alorda
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Despacho	Por determinar / contactar vía: <a href="mailto:cpuig@cesag.org">cpuig@cesag.org</a>
Correo electrónico	<a href="mailto:cpalorda@cesag.comillas.edu">cpalorda@cesag.comillas.edu</a>

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura	
Competencias - Objetivos	
Competencias	
GENERALES	
CG03	Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas (por ejemplo: foros, blogs, redes sociales, microblogging) en el entorno de la cultura digital.

<b>CG06</b>	Desarrollar la capacidad analítica para la disección, comprensión y análisis de los diferentes relatos y de formatos textuales en el contexto mediático, cultural y social actual.
<b>CG07</b>	Conocer el mercado audiovisual, las fuerzas que lo conforman y su lógica interna y gestionar y promocionar contenidos en diferentes soportes convencionales o de nueva aparición.
<b>CG08</b>	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
<b>CG09</b>	Conocer y utilizar los procesos de ideación y de la narrativa audiovisual y elaborar guiones audiovisuales para los diferentes soportes y plataformas.
<b>CG10</b>	Saber gestionar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diversos productos escritos o audiovisuales o los nuevos formatos resultado de la convergencia digital.
<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 y las circunstancias prácticas.
<b>TRANSVERSALES</b>	
<b>CT02</b>	Ser capaz de analizar y construir mensajes utilizando medios de expresión iconográficos, informáticos y gráficos para llevar a cabo la función propia del comunicador
<b>CT03</b>	Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional
<b>CT04</b>	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
<b>CT05</b>	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
<b>CT06</b>	Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.
<b>CT07</b>	Aplicar los conocimientos adquiridos y resolver los obstáculos que surjan en la práctica de la comunicación .
<b>CT08</b>	Trabajar en equipo.
<b>ESPECÍFICAS</b>	
<b>CE02</b>	Ser capaz de crear el mensaje persuasivo publicitario, desarrollando elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos o cualquier otro recurso con potencialidad comunicativa.
<b>CE03</b>	Saber gestionar el tiempo, con habilidad para la organización y temporalización de las tareas dentro de los procesos de ejercicio de la profesión.
<b>CE04</b>	Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.
<b>CE06</b>	Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria

<b>CE07</b>	Saber crear, establecer y aplicar un plan de comunicación y definir y gestionar los presupuestos de comunicación para la correcta imputación de sus costes.
<b>CE09</b>	Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.

### 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 audiovisuales y/o publicitarios.
<b>RA3</b>	Conocer el funcionamiento y características del mercado audiovisual y publicitario.
<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>RA5</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 20% Trabajo autónomo del estudiante (No presencial) )
- Estudio y trabajo individual. Estudio de teoría Preparación de trabajos Preparación actividad de evaluación 50%

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
15.00	15.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
45.00	
<b>CRÉDITOS ECTS: 3,0 (75,00 horas)</b>	

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Llevar a cabo un trabajo práctico al final de la asignatura, según las directrices estipuladas por la profesora.	Aplicar las nociones estudiadas correctamente a lo largo del semestre.	50
Prácticas que iremos realizando a lo largo del semestre.	Tanto en el aula como fuera del aula, los alumnos deben ir practicando y poniendo en práctica las nociones estudiadas.	30 %
Actitud del alumno en el aula, trabajo en equipo, participación...	Actitud participativa en el aula.	20 %

### Calificaciones

- Demostrar autonomía y rigor en el cumplimiento de plazos y pautas de trabajo.
- Postproducción de los diversos productos audiovisuales y/o publicitarios.
- Conocer el funcionamiento y características del mercado audiovisual y publicitario.
- Ejecutar los procesos expresivos y tecnológicos implicados en la dirección, producción y postproducción de los diferentes productos audiovisuales.
- Sintetizar la implementación de estrategias de comunicación coherentes, por medio de una creatividad eficaz, midiendo

posteriormente sus resultados y extrayendo las conclusiones oportunas.

- Demostrar la capacidad de comunicación y expresión con coherencia y corrección en el ejercicio profesional.

## PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Introducción al protocolo	05/02/2021	05/02/2021
Protocolo Institucional I	12/02/2021	12/02/2021
Protocolo Institucional II	19/02/2021	19/02/2021
Oren de precedencias RD 2099/83	26/02/2021	26/02/2021
Tratamientos	04/03/2021	04/03/2021
Himnos y banderas	11/03/2021	11/03/2021
Honores	18/03/2021	18/03/2021
Etiqueta	25/03/2021	25/03/2021
Protocolo social I	01/04/2021	01/04/2021
Protocolo social II	22/04/2021	22/04/2021
Protocolo empresarial	29/04/2021	29/04/2021
Tipología de eventos	06/05/2021	06/05/2021
Manual interno de protocolo	13/05/2021	13/05/2021
Práctica	20/05/2021	20/05/2021

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

FUENTE LAFUENTE, Carlos (2017) PROTOCOLO PARA ACTOS OFICIALES, UOC: Madrid

CUADRARO Esclapez, Carmen (2000) PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA Y LOS NEGOCIOS, FC Editorial

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 (2017) PRÁCTICAS DE CEREMONIAL Y PROTOCOLO Edita CaixaGalicia. Santiago de Compostela

OTERO ALVARADO, M. Teresa (2019) PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS. UOC: Barcelona

RUEDA CUENCA, Fernando y SANJUAN MONFORTE, José Carlos (2006) EL PROTOCOLO EN LA SOCIEDAD Y EN LA EMPRESA. STANFER Ediciones. Madrid.

URBINA, José Antonio (2001): EL GRAN LIBRO DEL PROTOCOLO, Temas de Hoy, Madrid

CAMPOS GARCIA DE QUEVEDO, Gloria (2016) LA INDUSTRIA DE LAS EMOCIONES: CASOS PRÁCTICOS DE EVENTOS CORPORATIVOS. Sínderesis. Madrid.

### Bibliografía Complementaria

Se irá facilitando a lo largo del semestre.

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)