

# **Guía de aprendizaje**

## **Gestión de eventos y protocolo empresarial 2019-2020**

Curso: 3º

Código: 9982001803

Profesor coordinador: Viviana Capurso, PhD

Titulación: Grado en Comunicación Publicitaria

Escuela/ Facultad: Ciencias Sociales

Idiomas: Español

*La misión de la Universidad Europea de Canarias es proporcionar a nuestros estudiantes una educación integral, formando líderes y profesionales preparados para dar respuesta a las necesidades de un mundo global, para aportar valor en sus profesiones y contribuir al progreso social desde un espíritu emprendedor y de compromiso ético. Generar y transferir conocimiento a través de la investigación aplicada, contribuyendo igualmente al progreso y situándonos en la vanguardia del desarrollo intelectual y técnico.*

## Índice

1. Datos básicos de la asignatura/módulo .....	4
2. Presentación de la asignatura/módulo.....	4
3. Competencias y resultados de aprendizaje .....	4
4. Seguimiento y evaluación .....	12
4.1.Convocatoria ordinaria.....	13
4.2.Convocatoria extraordinaria.....	14
5. Bibliografía .....	13
6. Cómo comunicarte con tu profesor .....	15
7. Recomendaciones de estudio.....	15
Anexos con información detallada en el Campus Virtual.....	17

## 1. Datos básicos de la asignatura/módulo

<b>ECTS</b>	6
<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Idioma/s</b>	Español
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Trimestre/Semestre</b>	Segundo semestre

## 2. Presentación de la asignatura/modulo

En esta asignatura aprenderemos el manejo de las herramientas adecuadas para el diseño, ejecución y control de un evento empresarial siguiendo todas las pautas que marca el protocolo actual. Dominaremos las principales normas de protocolo empresarial e institucional y profundizaremos en la importancia de la imagen de la empresa.

Aprenderemos qué diferentes tipos de eventos existen en el mundo empresarial y qué peculiaridades tienen: ferias, conferencias, convenciones, lanzamiento de productos, reuniones comerciales, incentivos, congresos, etc.

Aprenderemos cómo se elabora un check-list de todo lo que hay que hacer en un evento, qué alteraciones o imprevistos son más comunes en la celebración de los diversos tipos de eventos y qué sistemas de prevención se deben tener en cuenta para eliminarlos o minimizarlos, cómo se organiza protocolariamente un acto o evento empresarial, cuáles son los errores más frecuentes en el protocolo empresarial y cómo corregirlos, cómo crear y llegar a cabo un plan de comunicación corporativa y relaciones públicas para el evento.

Conoceremos los fundamentos teóricos del protocolo actual y sus aplicaciones específicas en el ámbito empresarial.

Dedicaremos un espacio para trabajar sobre la imagen personal, vestimenta, etiqueta y modelos de conducta.

## 3. Competencias y resultados de aprendizaje

Competencias básicas:

- CB1: Que los estudiantes hayan demostrado 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.

- CB2: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio

de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

- CB3: 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.
- CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias específicas:

- CE1 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el área de Planificación Estratégica y en la de Gestión de Proyectos y Clientes, dominando los aspectos económicos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria.
- CE2. Capacidad para gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso de planificación estratégica. Podrá supervisar con criterio los recursos estéticos aplicados a un proyecto para que cumplan los objetivos estratégicos previstos para el mismo.
- **CE3 - Capacidad para gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa siendo capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales, de mercado y presupuestarios propios de la profesión publicitaria. Será capaz de gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo.**
- CE4. Capacidad para aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto de comunicación publicitaria.
- CE5 - Conocimientos para poder utilizar recursos informáticos y herramientas tecnológicas afines a la Publicidad que le sirvan como instrumento de trabajo para la correcta gestión de los clientes así como del correcto desarrollo de proyectos estratégicos y/o creativos de comunicación.
- CE6 - Conocimiento para manejar bases de datos, hojas de cálculo y en general aquel software de mayor uso y difusión, que permita mejorar el efecto de comunicación publicitaria marcado.

- **CE7. Capacidad para asumir el liderazgo, la organización, coordinación y temporalización de las tareas en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficazmente y asumiendo principios de responsabilidad, para planificar la correcta ejecución de un proyecto de comunicación publicitaria.**
- CE8. Capacidad y habilidad para ejercer como profesional que se encarga de la atención al cliente de la agencia/empresa/organismo, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación, prestando asesoramiento en temas de comunicación y marketing, así como en temas relacionados con la creatividad y la expresión de la comunicación publicitaria, asegurándose su fidelización a través de su capacidad de relación e interacción fluida y competente.
- CE9. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).Tendrá capacidad de anticipación al mercado y la habilidad para la creación de nuevos soportes que permitan la mejor ejecución de cualquier campaña publicitaria.
- CE10. Capacidad y habilidad para hacer planteamientos estratégicos que ofrezcan soluciones de comunicación eficaces en el largo plazo, con el objetivo de conseguir el desarrollo sostenido de una marca.
- **CE11 - Capacidad para elaborar propuestas desarrolladas con pensamiento abstracto, crítico e innovador, basado en esquemas mentales que busquen soluciones a la propuesta comunicativa y por lo tanto a la mayor eficacia publicitaria.**
- CE12 - Habilidad y capacidad de transmitir el planteamiento estratégico a todo el equipo, para alinear los recursos humanos en los conceptos, necesidades, y tangibles del anunciantes y de esta forma de desarrollar una campaña acorde con las necesidades reales de la marca.
- **CE15. Capacidad de analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos, para lograr una mayor efectividad en la campaña publicitaria al emitir un mensaje comercial acorde con las necesidades del anunciante.**

Competencias transversales:

- CT1: Responsabilidad: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.
- CT2: Autoconfianza: Que el estudiante sea capaz de actuar con seguridad y con la motivación suficiente para conseguir sus objetivos.
- CT4: Habilidades comunicativas: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz.
- CT5: Comprensión interpersonal: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos, utilizando un estilo de comunicación asertivo.
- CT6: Flexibilidad: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.
- CT7: Trabajo en equipo: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.
- CT8: Iniciativa: Que el estudiante sea capaz de anticiparse proactivamente proponiendo soluciones o alternativas a las situaciones presentadas.
- CT9: Planificación: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.
- CT10: Innovación-Creatividad: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: Conocer la filosofía actual de la Comunicación Publicitaria, por lo que el alumno lleva asumida la esencia de su existencia.
- RA2: Ser capaz de entender todo el sistema publicitario actual, sus estructuras y procesos de trabajo.
- **RA3: Ser capaz de desencadenar capacidades comunicativas y de trabajo en equipo sobre proyectos de comunicación publicitaria en todas sus variantes.**



- RA4: Capacidad de gestionar y planificar proyectos integrales de comunicación en todos los soportes, medios y formatos, incluyendo el desarrollo de las marcas de los clientes.
- RA5: Capacidad de análisis e interpretación de la comunicación por efectos en el receptor.
- RA6: Ser capaz de entender todo el sistema de captación, entendimiento y memoria del receptor sobre los mensajes publicitarios persuasivos.
- RA7: Capacidad de conciencia perceptiva de los estímulos y efectos que producen las herramientas conceptuales y de creación publicitarias, para poder desencadenar una óptima utilización de los recursos persuasivos en función de las necesidades del anunciante y las peculiaridades de su producto y de su marca.
- RA8: Comprensión de las bases teórico-prácticas de la creatividad publicitaria.
- RA9: Conocimiento de las herramientas tecnológicas de creación publicitaria del momento y de sus aplicaciones prácticas.
- **RA10: El estudiante sabrá gestionar proyectos multidisciplinares en el Área Creativa.**
- RA11: Será capaz de dominar los aspectos creativos, profesionales y de mercado propios de la profesión publicitaria.
- RA12: Tendrá capacidad para definir y gestionar presupuestos de comunicación y la correcta imputación de los costes de los aspectos creativos asociados a los proyectos.
- RA13: Será capaz de identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso creativo y reforzando la reputación e imagen de marca de la misma.
- **RA14: Será capaz de ejercer de forma autónoma la profesión, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.**
- RA15: Será pleno conocedor del departamento creativo y será capaz de dominar su funcionamiento, a la vez que tendrá la visión completa del resto de la organización empresarial publicitaria.
- RA16: Será capaz de definir y gestionar los recursos estéticos y creativos, tanto en formato gráfico como en textos, propios de la comunicación publicitaria y la correcta aplicación de los mismos.
- RA17: Será capaz de aplicar con criterio los distintos recursos estéticos, audiovisuales, artísticos, gráficos, tipográficos, cromáticos, etc. para ponerlos al servicio de los objetivos estratégicos de un proyecto de comunicación publicitaria.
- RA18: El estudiante sabrá gestionar proyectos multidisciplinares en el área estratégica y de gestión de clientes.
- RA19: Tendrá capacidad para definir y gestionar presupuestos de comunicación y la correcta imputación de los costes de los aspectos de gestión y estrategia asociados a los proyectos.

**Guía de aprendizaje:  
Gestión de eventos y protocolo empresarial**

- RA20: Será capaz de identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles de una empresa, añadiendo valor a sus productos a través del proceso estratégico y de gestión, reforzando la reputación e imagen de marca de la misma.
- RA21: Será capaz de ejercer de forma autónoma la profesión, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.
- RA22: Será pleno conocedor del departamento estratégico y de gestión de clientes y será capaz de dominar su funcionamiento, a la vez que tendrá la visión completa del resto de la organización empresarial publicitaria.
- **RA23: Capacidad para resolver los problemas de comunicación de las empresas teniendo en cuenta las entidades emisoras, estrategias de marketing, objetivos de comunicación y públicos a los que se dirigen.**
- RA24: Ser capaz de entender la esencia de los formatos publicitarios actuales convencionales y no convencionales.
- RA25: Ser capaz de manejar con soltura la esencia cognitiva y pragmática de los objetivos, estrategias y tácticas.
- RA26: Capacidad de pensar de forma metodológica y orientada hacia la estrategia global.
- RA27: Conocimiento de clasificaciones operativas de los medios y los soportes publicitarios.
- RA28: Conocer profundamente cada uno de los medios convencionales y no convencionales.
- RA29: Conocer los programas informáticos básico en el proceso de planificación de medios.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CE7 CT7	RA3
CT10, CE3 CE11	RA1 0
CE3, CE11, CE15	RA1 4
CE7, CE15	RA2 3

A continuación, se detalla la distribución de tipos de actividades formativas y la dedicación en horas a cada una de ellas:

Tipo de actividad formativa	Número de horas
Trabajo autónomo no presencial, grupal e individual	50 h
Asistencia y participación activa en el aula	31 h
Trabajo grupal en el aula: Resolución de ejercicios y casos prácticos	31.5 h
Trabajo guiado	25 h
Otras actividades	12.5 h
<b>TOTAL</b>	<b>150 h</b>

Para desarrollar las competencias y alcanzar los resultados de aprendizaje indicados, deberás realizar las actividades que se indican en la tabla inferior:

Resultados de aprendizaje	Actividad de aprendizaje	Tipo de actividad formativa	Contenidos
RA3	Actividad 1,2	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Sesiones magistrales</li> <li>· Trabajos dirigidos, ejercicios prácticos y resolución de problemas.</li> <li>· Exposición de los trabajos.</li> <li>· Trabajo autónomo.</li> <li>· Tutorías, seguimiento académico y evaluación.</li> </ul>	TEMA 1: EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y VISIÓN GENERAL

RA23	Actividad 3, 4, 5, 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Sesiones magistrales</li> <li>· Trabajos dirigidos, ejercicios prácticos y resolución de problemas.</li> <li>· Exposición de los trabajos.</li> <li>· Trabajo autónomo. –</li> <li>· Visitas externas</li> <li>· Tutorías, seguimiento académico y evaluación.</li> </ul>	Tema 2: EVENTOS DE EMPRESA
RA23, RA14	Actividad 7,8	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Sesiones magistrales</li> <li>· Trabajos dirigidos, ejercicios prácticos y resolución de</li> </ul>	TEMA 3: ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS

		<p>problemas. · Exposición de los trabajos. · Trabajo autónomo. – Visitas externas · Tutorías, seguimiento académico y evaluación</p>	
RA3, RA14, RA23	Actividad 9, 10, 11, 12, 13	<p>· Sesiones magistrales · · · Trabajos dirigidos, ejercicios prácticos y resolución de problemas. · Exposición de los trabajos. · Trabajo autónomo. – Tutorías, seguimiento académico y evaluación.</p>	TEMA 4: PRINCIPALES EVENTOS CORPORATIVOS
RA3, RA14, RA23, RA10	Actividad 14, 15, 16	<p>· Sesiones magistrales · · · Trabajos dirigidos, ejercicios prácticos y resolución de problemas. · Exposición de los trabajos. · Trabajo autónomo. · Tutorías, seguimiento académico y evaluación.</p>	TEMA 5.- CREATIVIDAD EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
RA 3, RA14	Actividad 17	<p>· Sesiones magistrales · · · Trabajos dirigidos, ejercicios prácticos y resolución de problemas. · Exposición de los trabajos. · Trabajo autónomo. – Visitas externas · Tutorías,</p>	TEMA 6: PROTOCOLO EMPRESARIAL

		seguimiento académico y evaluación.	
RA 3, RA14, RA10, RA23	Actividad 18, 19	· Sesiones magistrales · Trabajos dirigidos, ejercicios prácticos y resolución de problemas. · Exposición de los	TEMA 7: PROTOCOLO APLICADO

		trabajos. · Trabajo autónomo. – Visitas externas · Tutorías, seguimiento académico y evaluación	
--	--	---	--

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás ver en detalle los enunciados de las actividades que tendrás que realizar, así como el procedimiento y la fecha de entrega de cada una de ellas.

#### **4. Seguimiento y evaluación**

En la tabla inferior se indican las actividades evaluables, los criterios de evaluación de cada una de ellas, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura.

<b>Actividad evaluable</b>	<b>Criterios de evaluación</b>	<b>Peso (%)</b>
<i>Prueba objetiva</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responde correctamente a unas preguntas teórico-prácticas sobre los contenidos fundamentales de la asignatura.</li> </ul>	25 %
<i>Actividades realizadas en clase de exposición pública</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifica el trabajo a realizar con sus características propias.</li> <li>• Aplica la metodología adecuada con cada herramienta.</li> <li>• Realiza el trabajo de una forma original y creativa.</li> <li>• Transmite sus ideas y conclusiones de forma clara y profesional.</li> </ul>	30 %
<i>Observación del desempeño</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades realizadas en clase</li> </ul>	20 %

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitud del alumno</li> <li>• Grado de cumplimiento de las entregas (fechas, formato, etc)</li> <li>• Participación y entrega de la actividad correspondiente en todas las salidas y visitas en el marco de la asignatura</li> </ul>	
<i>Trabajo de fin de trimestre</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifica y plasma las necesidades del cliente en un briefing correcto.</li> <li>• Realiza un correcto análisis de la información y lo relaciona con las necesidades del cliente.</li> <li>• Determina cuáles son las herramientas adecuadas para alcanzar los objetivos.</li> <li>• Planifica y da forma al evento, lo diseña y organiza en el tiempo.</li> <li>• Realiza la presentación de su proyecto de una forma profesional.</li> </ul>	25 %

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

#### **4.1. Convocatoria ordinaria**

Con carácter general el sistema de evaluación que se establece en la Universidad es la evaluación continua, de acuerdo con lo previsto en el Reglamento de Evaluación para las titulaciones oficiales de Grado de la Universidad Europea de Canarias:



<http://canarias.universidadeuropea.es/soy-alumno-uec/informacion-academica/normativa>

La evaluación tendrá en cuenta los objetivos de aprendizaje, contenidos y competencias de la asignatura y se llevará cabo a partir de la definición de cada uno de ellos, estableciendo las evidencias de aprendizaje propias de cada nivel competencial en cada asignatura.

La nota final de la asignatura se calcula teniendo en cuenta los pesos en porcentaje de cada una de las categorías de la asignatura. Para superar la asignatura el estudiante debe obtener la calificación de 5 o superior en cada una de las categorías de los sistemas de evaluación previstos en la ficha de la asignatura, por lo que, si una de las categorías (actividades formativas evaluables) no ha sido superada, la asignatura será evaluada con un 4 como máximo pudiendo ser menor si la media de la calificación de la asignatura así lo es.

#### 4.2. Convocatoria extraordinaria

- Para superar la asignatura convocatoria extraordinaria deberás entregar todos los ejercicios y actividades que no hayas realizado durante el trimestre o cuya nota sea entre un 3 y un 4'99 más las actividades extras que considere la docente.
- En el caso de no realizar alguna actividad suspendida, la calificación de dicha actividad pasará a ser de cero.
- Los requisitos para superar la asignatura, así como los pesos de las diferentes actividades evaluables, serán los mismos que en la convocatoria ordinaria.

### 5. Bibliografía

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

- Artículos publicados en el Campus
- ARROGANTE RAMÍREZ, A. (2018). Organización de eventos empresariales. Ediciones Paraninfo
- Arroyo Gómez C. & Morueco Gómez, R. (2012). Eventos corporativos y protocolo empresarial. Editorial Starbook.
- Cuadrado Escalpez, C. & Rodríguez Cuadrado, R. (2014). “El ABC en la organización de eventos”,. (2014). FC Editorial.
- De La Serna Ramos, M. & Escudero Lopez Cepero, M. (2017). Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones: 57 (Ceremonial y Protocolo) STMES|#Editorial Sintesis

- 
- Roca Prats, M. (2015). Planificación, organización y control de eventos". Editorial Paraninfo.

Otras lecturas recomendadas:

- "Event Planning: The Ultimate Guide To Successful Meetings, Corporate Events, Fundraising Galas, Conferences, Conventions, Incentives and Other Special Events"; Judy Allen (Feb 10, 2009)
- "The Event Manager's Bible: The Complete Guide to Planning and Organising a Voluntary or Public Event"; Des Conway (Aug 15, 2009)
- 
- "Protocolo y organización de eventos" de M<sup>a</sup> Teresa Otero Alvarado (9 junio 2009)

## **6. Cómo comunicarte con tu profesor**

Para la resolución de dudas sobre contenidos y actividades, el estudiante podrá recurrir a las siguientes vías:

- En el aula, previa autorización del profesor, de tal manera que se comparta con el resto de compañeros.
- Mediante mensaje de correo electrónico, a la dirección indicada en el Anexo.
- Mediante tutorías presenciales, en caso de requerir un mayor grado de profundización. El horario y procedimiento de solicitud de las tutorías está explicitado en el Anexo.

## **7. Recomendaciones de estudio**

La formación universitaria exige planificación y regularidad desde la primera semana. Es muy positivo el intercambio de experiencias y opiniones con profesores y demás estudiantes, ya que

permiten el desarrollo de competencias básicas como la flexibilidad, la negociación, el trabajo en equipo, y, por supuesto, el pensamiento crítico.

Por ello te proponemos una metodología general de estudio basada en los siguientes puntos:

- Seguir un ritmo de estudio constante y sistemático.
- Asistir a clase y acceder a la asignatura en el Campus Virtual de manera continuada para mantenerte actualizado sobre el desarrollo de la misma.
- Participar activamente en ella enviando opiniones, dudas y experiencias sobre los temas tratados y/o planteando nuevos aspectos de interés para su debate.
- Leer los mensajes enviados por los compañeros y/o los profesores.

Se considera de especial interés y valor académico la participación activa en las actividades del aula física y virtual. La forma en que puedes participar es muy variada: preguntando, opinando, realizando las actividades que el profesor proponga, participando en las actividades colaborativas, ayudando a otros compañeros, etc. Esta forma de trabajar supone esfuerzo, pero permite obtener mejores resultados en tu desarrollo competencial.

## **Anexos con información detallada en el Campus Virtual**

Los anexos que se presentan incluyen la siguiente información específica de la asignatura:

- **Anexo 1.** Normativa específica de la asignatura.
- **Anexo 2.** Normativa del Claustro de Ciencias Sociales sobre criterios de evaluación.
- **Anexo 3.** Normativa para solicitar cambios de fechas de pruebas de evaluación.
- **Anexo 4.** Descripción de actividades y rúbricas de evaluación.