

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Publicidad		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Técnicas de Protocolo		
Tipo:	Optativa	Créditos ECTS:	3
Curso:	3	Código:	1954
Periodo docente:	Sexto semestre		
Materia:	Relaciones Públicas		
Módulo:	Procesos de Ideación y Estrategias de Comunicación (Habilidades)		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	75		

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

En un mundo globalizado y en permanente cambio se hace cada día más necesario para las instituciones gestionar eficazmente el activo intangible más valioso que poseen: su imagen corporativa. El protocolo es una herramienta de comunicación que ayudará al alumno a conocer y aplicar las técnicas que esta disciplina posee para construir, mantener y transmitir la identidad de la organización a sus públicos.

COMPETENCIAS

Competencias básicas / generales / transversales

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

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

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

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Ser capaz de transmitir y ayudar a comprender al receptor de los medios de comunicación la realidad del mundo y la del hombre, incluidos sus fundamentos religiosos.

Desarrollar la capacidad para desempeñar labores creativas y de gestión, como trabajador autónomo y en sistemas de autoempleo.

Ser capaz de investigar y profundizar en el proceso comunicativo y su impacto social.

Identificar la misión de la universidad.

Madurar humana e intelectualmente. Adquirir la capacidad para tomar decisiones y solucionar problemas en el ámbito de su actividad profesional o investigadora.

Adquirir la capacidad para plantear y responder creativamente a las preguntas fundamentales en torno al qué, el porqué y las consecuencias de los acontecimientos humanos, sociales, políticos y económicos.

Desarrollar la capacidad de ejercer como creador, productor y difusor de un mensaje persuasivo a través de cualquier tipo de soporte mediático tradicional o electrónico.

Competencias específicas

Adquirir un conocimiento de las estrategias y tácticas persuasivas españolas, europeas e internacionales contemporáneas- así como de las teorías, conceptos y corrientes que las estudian- a partir del análisis e investigación de los mensajes que transmiten y de su impacto social.

Organizar y explicar didácticamente las distintas estrategias y políticas de comunicación persuasiva.

Estudiar las teorías y técnicas de la publicidad, las relaciones públicas, la comunicación corporativa y el marketing en general, para ser capaz de aplicarlas en el ejercicio cotidiano de la actividad publicitaria.

Identificar el propio proceso de maduración personal y las metas a alcanzar, organizando un plan de acción orientado a su consecución.

Cultivar actitudes de liderazgo y responsabilidad social en el desempeño personal y profesional.

Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones, tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.

Exponer razonadamente las ideas a partir de los fundamentos de la argumentación y la retórica.

Comprender y planificar la comunicación interna de una Organización o Institución.

Desarrollar y transmitir, a través de la actividad publicitaria, actitudes de respeto y diálogo frente a otras culturas y religiones en la búsqueda de la verdad.

Elaborar mensajes desde una perspectiva de igualdad entre géneros.

Adquirir un conocimiento de los procesos persuasivos y comunicativos, así como de las principales corrientes y teorías que los formalizan y critican desde un punto de vista conceptual, metodológico y de la investigación.

Expresarse con fluidez y eficacia en Castellano de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos

lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas

OBJETIVO

Comprender el papel de la comunicación humana su protocolo y buenas maneras en el desarrollo integral de las personas en sociedad.

Adquirir un conocimiento teórico-práctico para realizar labores de diseño, organización, planificación y gestión de actos y eventos protocolarios y de relaciones públicas.

Conocer el nacimiento, el significado, la estructura y funcionamiento del proceso de la producción y diseño del protocolo en todas sus ramas, facetas y nacionalidades.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Explicar los métodos de organización de actos y eventos.

Aplicar el conocimiento adquirido a la práctica profesional.

Ser capaces de proyectar la identidad corporativa de una institución a través de los actos que organiza

Diferenciar los tipos de acto y su aplicación del protocolo

Conocer las herramientas del protocolo

Aplicar las técnicas en diferentes ámbitos (social, empresarial, etc.)

TEMARIO

PARTE I. GÉNESIS DEL PROTOCOLO

TEMA 1: COMUNICACIÓN SOCIAL Y PROTOCOLO

PARTE II. ELEMENTOS DEL PROTOCOLO Y ÁMBITOS DE APLICACIÓN

TEMA 3: ANFITRIÓN E INVITADO DE HONOR

TEMA 4: EL PROTOCOLO DE LOS INVITADOS

TEMA 5. DISCAPACIDAD Y PROTOCOLO

TEMA 6. DOCUMENTACIÓN

METODOLOGÍA/ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

El contenido de cada tema se desarrollará mediante sesiones expositivas. La aplicación práctica de los contenidos se llevará a cabo mediante el análisis de casos y ejemplos en el aula así como a través de la elaboración de prácticas que permitan al alumno aplicar los conocimientos teóricos adquiridos.

El profesor orientará al alumno mediante tutorías y pondrá a su disposición material de apoyo e interés en el Aula

Virtual.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Regularidad, atención y participación del alumno en clase: 5%
Examen teórico-práctico del contenido del programa: 70%

Análisis y resolución de casos prácticos: 25%

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

FUENTE LAFUENTE, C. (2006). Técnicas de organización de actos. Manual de protocolo actualizado. Madrid: Ediciones Protocolo.

CUADRADO ESCLAPEZ, C. (2005). Protocolo y comunicación en la empresa y en los negocios. Madrid: FC Editorial