

TITULACIÓN: **GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS****DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA**

Nombre: **CEREMONIAL Y PROTOCOLO**

Curso: CUARTO Semestre: 1º

Tipo: Formación Básica Obligatoria Optativa

Créditos totales(LRU / ECTS): 6 Año del Plan de Estudio: 2010

DESCRIPTORES

La asignatura Ceremonial y protocolo contempla una de las técnicas más utilizadas para gestionar la comunicación en las organizaciones: la organización de actos. Tanto entidades públicas como privadas dedican gran parte de sus recursos económicos y humanos en el área de comunicación a organizar actos que sirvan como transmisores de los mensajes corporativos pertinentes, adecuándolos a sus stakeholders.

En este sentido, dentro del plan de estudios, la finalidad de la asignatura es dotar a los alumnos de las destrezas y competencias necesarias para emprender de forma profesional las técnicas de ceremonial y protocolo necesarias para organizar actos públicos oficiales y no oficiales dentro de los programas de comunicación y relaciones públicas del mundo institucional y empresarial.

OBJETIVOS

1. Analizar el significado de los sistemas ceremoniales y las técnicas protocolarias en la comunicación no verbal, especialmente con la proxemia y la cronemia.
2. Proporcionar al alumnado los conocimientos necesarios para transmitir la identidad organizacional propia e identificar las ajenas a través del ceremonial y el protocolo en las ceremonias
3. Dotar al alumnado de los conocimientos necesarios para gestionar los públicos organizacionales a través de los sistemas ceremoniales y los códigos protocolarios.

COMPETENCIAS

Competencias transversales genéricas:

G01. Capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales de la comunicación institucional, empresarial y social.

G04. Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.

G05. Capacidad para la ideación, planificación, ejecución y evaluación de las campañas de comunicación. G06. Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas,

realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de una campaña de comunicación.

G07. Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos.

GO8. Fomentar el espíritu emprendedor.

G09. Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz. Que debe ser adscrita, al menos, al módulo de prácticas y trabajo de trabajo fin de grado y en todo caso a las asignaturas que contemplen contenidos de igualdad de género y/o derechos humanos, caso de que estén presentes en el plan de estudios.

Competencias específicas:

E13. Conocer las estructuras de las organizaciones, como son las ONG, partidos políticos, sindicatos, organizaciones sociales, etc.

E19. Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación. Conocimiento y análisis teórico de diferentes fenómenos comunicativos, con especial atención a sus relaciones con la comunicación empresarial. E27. Capacidad y habilidad para ejercer como expertos en la gestión estratégica de la comunicación de una empresa. Saber gestionar y mejorar la comunicación interna y externa de grandes, medianas y pequeñas empresas, así como de las organizaciones empresariales, institucionales, políticas o sin ánimo de lucro con el fin de obtener una mayor eficacia en sus objetivos y resultados.

E28. Dominio de la gestión de la comunicación financiera.

E42. Capacidad para gestionar los públicos de las organizaciones y sus características.

E48. Saber cómo relacionarse con los medios de comunicación para un mejor rendimiento.

E49. Capacidad y habilidad para conseguir financiación mediante estrategias de comunicación

E50. Formación especializada de portavoces y asesores en el ámbito político, así como en protocolo y ceremonia

TEMARIO

Tema 1. La organización de actos como técnica de relaciones públicas: Características y conceptos clave

Tema 2. Historia del ceremonial y el protocolo

Tema 3. Las presidencias y las precedencias

Tema 4. Las banderas y los símbolos oficiales y corporativos

Tema 5. Recepciones y despedidas y otros actos

Tema 6. La organización de mesas de almuerzos y cenas, reuniones y negociaciones

Tema 7. Metodología para la organización de actos

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

El alumnado dispondrá de dos opciones de evaluación a seguir:

OPCIÓN A

Podrá acogerse a ella si asiste al 75% de las clases

La evaluación consistirá en:

La realización de 6 trabajos prácticos que supondrán un 100% de la nota final.

OPCIÓN B

En el caso de elegir esta opción o de que no se haya asistido al 75% de las clases, el alumno deberá hacer un examen de la materia.