

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS				
CENTRO ACADÉMICO:	CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACION				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2012	SEMESTRE:	8	CLAVE DE LA MATERIA:	
ÁREA ACADÉMICA:	COMUNICACION ORGANIZACIONAL	PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	AGOSTO-DICIEMBRE 2019		
HORAS SEMANA T/P:	4 HP	CRÉDITOS:	4		
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	PRESENCIAL	NATURALEZA DE LA MATERIA:	OPTATIVA		
ELABORADO POR:	MTRA. MARÍA DE LOURDES CHIQUITO DÍAZ DE LEÓN				
ACTUALIZADO POR:	LCO. SARA IMELDA MIARANDA RODRIGUEZ				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	AGOSTO 2019		

DESCRIPCIÓN GENERAL

Curso práctico en el cual se presentan todos los aspectos básicos de la planeación de eventos, particularmente aquellos que se realizan con más frecuencia en la organización que van desde la planeación de una junta o reunión, hasta la organización y desarrollo de un congreso o convención, conciertos, eventos masivos, ruedas de prensa, ferias y exposiciones, haciendo especial énfasis en la difusión del evento a través de los diferentes medios utilizados.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Que el alumno aplique las herramientas prácticas para desempeñarse exitosamente en la gestión, producción y organización de eventos propios de las Empresas, Instituciones o Asociaciones en donde tenga lugar su desempeño profesional.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: LA PLANEACIÓN DE EVENTOS (30 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Conocerá y aplicara los aspectos más importantes para una exitosa planeación y ejecución de eventos en cuanto a conceptos, metodología y logística a desarrollar.	1.1. Como Planificar un Evento. 1.2. Definición y Características de los Eventos. 1.2.1 El Mercado de Reuniones. 1.3 El Rol de los Eventos como estrategia de comunicación para las Empresas, Instituciones.	DE URBINA, José Antonio. EL ARTE DE INVITAR, Ediciones Temas de Hoy, S.A. Madrid, 2002. Francisco. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN, LOS MEDIOS EN LOS ACTOS PÚBLICOS. Editorial Bayer Hnos. S.A. Barcelona, año 2000. Fransico. FUNDAMENTOS DEL PROTOCOLO EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Guía práctica. Editorial Síntesis Madrid, 2001.
Desarrollará las habilidades necesarias	1.4 Metodología para el Proyecto, Diseño, Organización,	EVENTOS Y REUNIONES Y BANQUETES ediciones Alertes S.A. junio 2003.



<p>para llevar a cabo dichos eventos a partir de una planeación efectiva.</p>	<p>Desarrollo y Evaluación de los Actos y Eventos en las Organizaciones.</p> <p>1.5 Logística de la organización y coordinación de los eventos.</p> <p>1.5.1 Presupuesto: Gestión y Control presupuestario, Gestión de Riesgos.</p> <p>1.5.2 Recursos Humanos, (los distintos comités y personal auxiliar).</p> <p>1.5.3 Medios Materiales.</p> <p>1.5.4 Montaje, señalética.</p> <p>1.5.5 Atención a Autoridades, personalidades y VIP's</p> <p>1.5.6 Gestión de proveedores.</p> <p>1.5.7 Gestión de patrocinios. : Patrocinio y Mecenazgo. Relaciones Públicas</p> <p>1.5.8 Publicidad y Promoción de los Eventos.</p>	<p>CONGRESO Y CATERING. Editorial Paraninfo S.A. 2001.</p>
---	---	--

UNIDAD TEMÁTICA II: TIPOLOGÍA DE LOS EVENTOS (22 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Realizara distintos tipos de eventos que se dan al interior de las organizaciones, instituciones, entre otros.</p> <p>El alumno identificará la repercusión de los medios en los eventos y actos públicos y determinará con relación a su aplicación el tipo de promoción, publicidad y/o difusión apropiados para cada evento en particular analizando las características y objetivos del mismo.</p>	<p>2.1 Juntas Generales y reuniones de Trabajo / Accionistas</p> <p>2.2 Conmemoraciones y Aniversarios.</p> <p>2.3 Primeras Piedras.</p> <p>2.4 Entrega de distinciones empresariales.</p> <p>2.5 Inauguraciones.</p> <p>2.6 Recepciones.</p> <p>2.7 Firmas de Convenios.</p> <p>2.8 Firma del libro de Honor.</p> <p>2.9 Eventos externos: masivos, conciertos, culturales, deportivos, entre otros.</p> <p>2.10 Protocolo.</p> <p>2.11 Tipología del protocolo (social, empresarial, político)</p> <p>2.12 Dress Code</p> <p>2.13 Etiqueta y buenos modales.</p> <p>2.14 Todo comunica</p>	<p>DE URBINA, José Antonio. EL ARTE DE INVITAR, Ediciones Temas de Hoy, S.A. Madrid, 2002.</p> <p>Francisco. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN, LOS MEDIOS EN LOS ACTOS PÚBLICOS. Editorial Bayer Hnos. S.A. Barcelona, año 2000.</p> <p>Francisco. FUNDAMENTOS DEL PROTOCOLO EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Guía práctica. Editorial Síntesis Madrid, 2001.</p> <p>EVENTOS Y REUNIONES Y BANQUETES ediciones Alertes S.A. junio 2003.</p> <p>CONGRESO Y CATERING. Editorial Paraninfo S.A. 2001.</p>

UNIDAD TEMÁTICA III: ORGANIZACIÓN DE RUEDAS DE PRENSA (12 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Conocerá la naturaleza y las características principales de esta técnica de comunicación, ya que es una de las más antiguas y más utilizadas.</p> <p>Aplicara los conocimientos en la convocatoria de una rueda o conferencia de prensa es un acto informativo y comunicativo en el que una empresa, organismo u organización invita a los medios de comunicación para informarles sobre un tema en concreto y así, que estos lo puedan difundir.</p>	<p>1.1 Que es una rueda de prensa</p> <p>1.2 Cuando vale la pena organizar una rueda de prensa</p> <p>1.3 Como organizar una rueda de prensa</p> <p>1.3.1 Elección de fecha</p> <p>1.3.2 Logística del evento</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selección del lugar y calendarizar fecha 2. Contratación de servicio de catering y audio e imagen 3. Disposición de fondo para toma de fotos y televisión. 4. Asegurar la iluminación y sonorización adecuada. <p>1.3.3 Convocatoria y Asistencia</p> <p>1.3.4 Elaboración y entrega de información</p> <p>1.3.5 Evaluación de Inicio y fin de la Rueda de prensa</p>	<p>La Biblia de la Comunicación Eficaz. Autor Ana Paula Ugalde Haro Editorial: Paidós</p>

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El programa contempla actividades prácticas como la cobertura en eventos institucionales, empresariales, eventos masivos, conferencias, realización de ruedas de prensa.

Elaboración de trabajo final de integración sobre la organización de un evento real con todos los aspectos vistos durante el curso.

RECURSOS DIDÁCTICOS

- Plan y Logística para organización de eventos.
- Visualización de calendarios de eventos en el estado
- Aplicación de medios electrónicos
- Asistencia a ruedas de prensa



- Asistencia y aplicación de conocimientos en eventos empresariales, instituciones, eventos masivos, conciertos, networking,

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Se considerara la participación de los alumnos en la planeación y realización de eventos institucionales, culturales, deportivos, empresariales.

30%	Tareas y Prácticas
20%	Participación y Actitud en clase
50%	TRABAJO FINAL

FUENTES DE CONSULTA

DE URBINA, José Antonio. EL ARTE DE INVITAR, Ediciones Temas de Hoy, S.A. Madrid, 2002. MARIN, Calahorro Francisco. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN, LOS MEDIOS EN LOS ACTOS PÚBLICOS. Editorial Bayer Hnos. S.A. Barcelona, año 2000. MARIN, Calahorro Fransico. FUNDAMENTOS DEL PROTOCOLO EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Guía práctica. Editorial Síntesis Madrid, 2001. MESALLES, Luis. EVENTOS Y REUNIONES Y BANQUETES ediciones Alertes S.A. junio 2003. ISMAIL, Ahmed. CONGRESO Y CATERING. Editorial Paraninfo S.A. 2001.

LÓPEZ NIETO Y MALLO, Francisco. HONORES Y PROTOCOLO 3er. Edición Grupo Wolters Klumer, 2006. CALAHORRO Francisco Marin, EL PROTOCOLO EN LOS ACTOS DE EMPRESA, Edit. Fragua, Madrid, 2004. OTERO Ma. Teresa. PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS. Edit. UOC, 2009. La Biblia de la Comunicación Eficaz. Autor Ana Paula Ugalde Haro Editorial: Paidós

COMPLEMENTARIAS:

DE KAIROS BEST – SELLER MUNDIAL, Julius Fast. EL LENGUAJE DEL CUERPO, Ediciones Nirvana Libros, S.A. DE C.V. España, 2008 □
BEST – SELLER Rupert L. Swan EL MÉTODO DE OBAMA, Comercializadora y Maquiladora Tucef, S.A DE C.V. México, Agosto 2009.