



DATOS DE IDENTIFICACIÓN

NOMBRE DE LA MATERIA:		ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CORPORATIVOS			
CENTRO ACADÉMICO:		CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES			
DEPARTAMENTO:		COMUNICACIÓN			
CARRERA:		LIC. COMUNICACIÓN CORPORATIVA ESTRATÉGICA			
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	5	CLAVE DE MATERIA:	27888
ÁREA ACADÉMICA:	COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	AGOSTO-DICIEMBRE 2021	
HORAS SEMANA T/P:	5 hrs.		CRÉDITOS:	9	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	PRESENCIAL/ DISTANCIA		FECHA DE REVISIÓN:	JULIO 2021	
ELABORADO POR:	MARÍA DE LOURDES CHIQUITO DIAZ DE LEON				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:			COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA MATERIA

Descripción de la materia: Materia teórico-práctica que explica los fundamentos básicos para la organización de eventos institucionales y destaca su importancia en términos de identidad organizacional, imagen corporativa y reputación mediática. En este curso se describirán los elementos de planeación y logística que regulan el desarrollo de los actos corporativos. Asimismo, se destaca en los contenidos la importancia del protocolo, la diplomacia, el ceremonial en todos los actos que promueve la organización. Esta materia se apoya en los conocimientos adquiridos en asignaturas previas tales como; Taller de Imagen corporativa, Comunicación corporativa interna y Comunicación Corporativa externa. Esta asignatura aportará sustento para la práctica profesional que se realiza en la asignatura de Entrenamiento para medios y formación de portavoces, Habilidades Comunicativas para la Alta Dirección y Evaluación del impacto de la comunicación corporativa. A través de los contenidos y experiencias de aprendizaje de esta materia, se contribuye a los objetivos del Programa Institucional de Formación Humanista y su acreditación parcial.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, el estudiante aplicará diversos conceptos, técnicas y procedimientos para organizar eventos corporativos de alto posicionamiento entre los diversos públicos de interés para la empresa. Realizará diversas prácticas en este ámbito actuando siempre con creatividad, ética y equidad.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: ASPECTOS GENERALES DE LA PLANEACIÓN DE EVENTOS		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
	1.1. Definición y conceptos. 1.2. El rol de los eventos corporativos como estrategia de comunicación, identidad e imagen. 1.3. Perfil, características y habilidades del profesionista en comunicación en el ámbito de la organización de eventos. 1.4. Tipología de eventos. 1.5. Importancia de la planeación en la organización de eventos corporativos	1, 2 3 4

UNIDAD TEMÁTICA II: PLANEACIÓN DE EVENTOS (METODOLOGÍA)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Conocerá los distintos tipos de eventos que se dan al interior de las organizaciones	2.1 Metodología para el proyecto, diseño, organización, desarrollo y evaluación de los actos y eventos corporativos. 2.2 Logística e integración de Comités (recursos humanos) 2.3 Presupuesto: Costo total, estrategias de gestión y financiamiento, control presupuestario, gestión de riesgos, transparencia y rendición de cuentas. 2.4 Requerimientos técnicos, medios y materiales. 2.5 Montaje, señalética. 2.6 Gestión de proveedores. 2.7 Gestión de patrocinios: Patrocinio y Mecenazgo. 2.8 Difusión, publicidad y promoción de eventos y relaciones públicas. 2.9 Relación con los Medios de Comunicación. Presencia de los Medios en los Actos Públicos.	1,2, 3,4, 5

UNIDAD TEMÁTICA III: TIPOLOGÍA DE LOS EVENTOS INTERNOS/ EXTERNOS		(horas)
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Conocerá los distintos tipos de eventos externos que son promovidos por	TIPOLOGÍA DE LOS EVENTOS INTERNOS 3.1 Juntas Generales y reuniones de Trabajo / Accionistas 3.2 Conmemoraciones y Aniversarios.	1, 3, 4, 5



empresas e instituciones como estrategias de comunicación, mercadotecnia, relaciones públicas, relaciones profesionales, estrategias comerciales.	3.3 Primeras Piedras. 3.4 Entrega de distinciones empresariales. 3.5 Inauguraciones. 3.6 Recepciones. 3.7 Firmas de Convenios. 3.8 Firma del libro de Honor. 3.9 Viaje de negocios, misiones empresariales, comerciales y educativas. 3.10 Rueda de Prensa / Conferencia de Prensa. Diseño del Operativo de Prensa 3.11 Congreso/Convenciones (Simposio, Jornadas, Conferencia, Panel, Foro, Coloquio) 3.12 Ferias y Exposiciones. 3.13 Conciertos / Galas. 3.14 Eventos Deportivos.	
---	--	--

UNIDAD TEMÁTICA IV: PROTOCOLO Y DIPLOMACIA		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
El alumno identificará la repercusión de los medios en los eventos y actos públicos y determinará el tipo de promoción, publicidad y/o difusión apropiados para cada evento en particular analizando las características y objetivos del mismo.	4.1 Protocolo y diplomacia 4.2 Tipología del protocolo (social, empresarial, político) 4.3 Dress Code 4.4 Etiqueta y buenos modales. 4.5 Atención a Autoridades, personalidades y VIP's	1, 2, 3, 4, 5

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El programa contempla el 50% de exposición teórica y el 50% de actividades prácticas mismo que se integran en un proyecto fina. Se pretende desarrollar un proceso de enseñanza - aprendizaje con enfoque constructivista y colaborativo centrado en el estudiante.

RECURSOS DIDÁCTICOS

- Biblioteca Digital
- Aula Virtual
- Plataforma Teams



EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

- Examen Teórico 20%
- Tareas, lecturas y participaciones 30%
- PROYECTO FINAL 50%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. DE URBINA, José Antonio. EL ARTE DE INVITAR, Ediciones Temas de Hoy, S.A. Madrid, 2002.
2. MARIN, Calahorro Francisco. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN, LOS MEDIOS EN LOS ACTOS PÚBLICOS. Editorial Bayer Hnos. S.A. Barcelona, año 2000.
3. MARIN, Calahorro Fransico. FUNDAMENTOS DEL PROTOCOLO EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Guía práctica. Editorial Síntesis Madrid, 2001.
4. MESALLES, Luis. EVENTOS Y REUNIONES Y BANQUETES ediciones Alertes S.A. junio 2003.
5. ISMAIL, Ahmed. CONGRESO Y CATERING. Editorial Paraninfo S.A. 2001.
6. LÓPEZ NIETO Y MALLO, Francisco. HONORES Y PROTOCOLO 3er. Edición Grupo Wolters Klumer, 2006.
7. CALAHORRO Francisco Marin, EL PROTOCOLO EN LOS ACTOS DE EMPRESA, Edit. Fragua, Madrid, 2004.
8. OTERO Ma. Teresa. PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS. Edit. UOC, 2009.
9. DE KAIROS BEST - SELLER MUNDIAL, Julius Fast. EL LENGUAJE DEL CUERPO, Ediciones Nirvana Libros, S.A. DE C.V. España, 2008
10. BEST - SELLER Rupert L. Swan EL MÉTODO DE OBAMA, Comercializadora y Maquiladora Tucef, S.A DE C.V. México, Agosto 2009.