

**Ficha Técnica:** Protocolo Institucional, Empresarial y Social  
Curso 2022/2023

## Asignatura

Nombre Asignatura	Protocolo Institucional, Empresarial y Social
Código	100322014
Créditos ECTS	6.0

## Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	BÁSICA
Curso	2

## Profesores

Nombre	Ana Fernandez Pardo
--------	---------------------

## Datos Generales

### ➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos

### ➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

- Gestionar la presencia pública de la organización desde unos planteamientos profesionales de carácter estratégico con sólida base académica.
- Reconocer las características propias del ceremonial empresarial y corporativo y comprender la aplicación de las normas de protocolo en él.
- Afrontar cualquier actividad ceremonial propia o ajena con los conocimientos más avanzados sobre protocolo, honores y etiqueta.

### ➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

- Gestionar la presencia pública de la organización desde unos planteamientos profesionales de carácter estratégico con sólida base académica.
- Reconocer las características propias del ceremonial empresarial y corporativo y comprender la aplicación de las normas de protocolo en él.
- Afrontar cualquier actividad ceremonial propia o ajena con los conocimientos más avanzados sobre protocolo, honores y etiqueta.

### ➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

- 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.
  
- CG2 Entender la estructura de los medios publicitarios y de las relaciones públicas: sus características, tipologías y problemáticas.
- CG3 - Comprender los procesos de relación entre los sujetos de las actividades comerciales, publicitarias y de las relaciones públicas.
- CG4 - Analizar los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación publicitaria.
- CG6 - Actuar de conformidad a los principios éticos, deontológicos y jurídicos en la profesión publicitaria y de las relaciones públicas
- CG7 - Respetar los principios de libertad e igualdad (género, capacidad /discapacidad, origen, condición, etc.), y defender una cultura de paz y el respeto de los derechos fundamentales en todos los tratamientos de la comunicación publicitaria.
  
- CE6 - Aplicar los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.
- CE7 - Gestionar las áreas funcionales de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
- CE8 Elaborar el análisis económico y social de las empresas de publicidad y de relaciones públicas.
- CE10 - Elaborar el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias, y determinar, definir y controlar los presupuestos de comunicación publicitaria y de relaciones públicas
- CE11 - Utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios y soportes convencionales y no convencionales, combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación, y en la creación de nuevos soportes.
- CE12 - Gestionar los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de esta.
- CE18 - Aplicar el análisis de mercados y de audiencias a los planes publicitarios.
- CE21 - Comprender y aplicar los principios básicos del ordenamiento jurídico general y en particular del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
- CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.
  
- CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.
- CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

- CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.
- CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

## ➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

Lección 1. Introducción al protocolo

Lección 2. Protocolo institucional

- Presentaciones, saludos y tratamientos honoríficos
- Real Decreto 2099/83 sobre Ordenación General de Precedencias Generales del Estado
- Protocolo de banderas
- Condecoraciones
- Principales actos oficiales en España

Lección 3. Protocolo empresarial

- Manual de protocolo de la empresa.
- Protocolo en las relaciones empresariales.
- Atención telefónica. Netiqueta.
- Regalos de empresa.
- Viajes de empresa
- Presidencias y seating en eventos. Sistemas de ordenación de comensales

Lección 4. Protocolo social

- El anfitrión y los invitados
- Dress-code. Etiqueta masculina y femenina
- Protocolo en la mesa. "Saber comer"
- Protocolo para "wedding planners"

## ➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

**Denominación**

Af1 Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.

Nº horas: 50

% Presencialidad: 100

Af2 Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (estudios de casos, problemas, prácticas de laboratorio, simulaciones, herramientas informáticas, etc.).

Nº horas: 35

% Presencialidad: 100

Af3 Trabajos (individuales o grupales): Elaboración de trabajos, individual o en grupo, cuyo resultado final puede ser una memoria, una exposición oral, un informe, etc.

Nº horas: 20

% Presencialidad: 50

Af4 Tutorías (individuales o grupales): reuniones concertadas con el profesor por los estudiantes, de manera individual o en pequeños grupos, que permite dirigir el aprendizaje de manera personalizada. Incluye resolución de dudas, dirección de trabajos, preparación de exposiciones, etc.

Nº horas: 5

% Presencialidad: 60

Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante: tiempo de estudio por parte del estudiante de los contenidos de las materias y tareas de búsqueda de información, análisis, elaboración de documentos, etc.

Nº horas: 38

% Presencialidad: 0

Af6 Pruebas de evaluación: pruebas escritas, orales, prácticas, trabajos, etc. que permiten analizar los resultados de aprendizaje de los estudiantes.

Nº horas: 2

% Presencialidad: 100

TOTAL : 150

## ➤ **CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

La evaluación se realizará teniendo en cuenta la asistencia y participación del alumno en las clases prácticas y teóricas y la nota obtenida en el examen.

La calificación final en la **CONVOCATORIA ORDINARIA** se obtendrá según los siguientes porcentajes:

- Asistencia y participación en clase: 15%
- Ejercicios prácticos: 15%
- Examen: 70%

La calificación final en la **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA** se obtendrá según los siguientes porcentajes:

- Asistencia y participación en clase: 15% (Se mantendrá la nota obtenida en la convocatoria ordinaria)
- Ejercicios prácticos: 15% (Se mantendrá la nota obtenida en la convocatoria ordinaria)
- Examen: 70%

### ➤ **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

Fuente, C (2009). Protocolo oficial. Ediciones Protocolo

### ➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

Las tutorías se tienen que solicitar por mail: [ana.fernandez@villanueva.edu](mailto:ana.fernandez@villanueva.edu)  
El horario y el calendario de exámenes puede consultarse en el campus virtual.

### ➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía ha sido elaborada según los criterios recogidos en la memoria oficial del Grado.