



Gestión de patrocinio y  
mecenazgo

Grado en Comunicación  
Corporativa, Protocolo y  
Organización de Eventos  
2021-2022



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Gestión de patrocinio y mecenazgo

**Titulación:** Grado en Comunicación Corporativa, Protocolo y Organización de Eventos

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Castellano.

**Curso Académico:** 2021-22

**Modalidad.** **Presencial** / Semipresencial / A distancia

**Créditos:** 6

**Curso:** 3º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Gabriela Haiek Ruocco

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

- 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.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito.
- Recopilar, saber discriminar y categorizar la información procedente de fuentes bibliográficas y documentales.
- Aplicar un razonamiento crítico, a partir del análisis y la síntesis.
- Utilizar el ingenio y desarrollar la creatividad e innovación.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Demostrar la capacidad para trabajar en equipo, desarrollando las relaciones interpersonales.
- Manejar correctamente las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua inglesa en la materia de Lenguas modernas y en aquellas asignaturas impartidas en inglés.
- Demostrar la capacidad de adaptación en entornos cambiantes.
- Conocer y saber aplicar las directrices de trabajo necesarias en la gestión de patrocinio y mecenazgo en el ámbito empresarial e institucional.

## 1.2. Resultados de aprendizaje

Identificar y aplicar las técnicas básicas del marketing y la publicidad. Aplicar las metodologías propias a la organización de los actos y eventos Reconocer los diferentes tipos de actos y sus mecánicas de funcionamiento y actuación para la consecución de sus objetivos.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1 Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2 Breve descripción de los contenidos

Estudio de la función y de los mecanismos del Patrocinio y Mecenazgo como actividades estratégicas de la empresa que permiten gestionar la imagen de marca y la reputación de la empresa.

### 2.3 Contenido detallado

- 1. Conceptos generales**
  - 1.1. Patrocinio y Mecenazgo.
  - 1.2. RSC
  - 1.3. Relaciones Públicas
  - 1.4. Fundaciones
- 2. Plan de mecenazgo**
- 3. Plan de patrocinio**
- 4. Reputación de las organizaciones**

### 2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

### **Actividad Dirigida 1 (AD1) (12,5%):**

Se realizará un trabajo en grupo en el que los alumnos deberá buscar nuevos mecenas para una fundación perteneciente a un sector, previamente asignado. Para esto, deberán proponer un plan con acciones específicas, que contenga, además información sobre beneficios, empresas, entre otros.

### **Actividad Dirigida 2 (AD1) (12,5%):**

Trabajo grupal. Los alumnos fingirán ser parte del departamento de patrocinio y mecenazgo de una empresa de un sector específico. Deberán presentar una propuesta de eventos y/o actividades a patrocinar, respondiendo, en una presentación:

1. Qué factores están considerando a la hora de decidir a quién patrocinar
2. Qué KPIs usarán para medir tus resultados
3. Qué objetivos persiguen con esa acción
4. Qué le pedirían al patrocinado basándote en tus objetivos

## **2.5. Actividades formativas**

### **Modalidad presencial:**

- Clases de teoría y práctica: 30% (45h)
- Trabajo personal del alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)
- Evaluación: 10% (15h)

### **Modalidad a distancia:**

- Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 40% (60h)
- Trabajos/proyectos/prácticas a desarrollar y presentar por el alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)

### **Modalidad semipresencial:**

Las asignaturas de esta materia no requieren presencialidad en la modalidad semipresencial con lo que sus actividades formativas seguirán el esquema de la enseñanza a distancia.

- Estudio, comprensión y evaluación de la materia: 40% (60h)
- Trabajos/proyectos/prácticas a desarrollar y presentar por el alumno: 50% (75h)
- Tutorías: 10% (15h)

## **3. SISTEMA DE EVALUACIÓN**

### **3.1 Sistema de calificaciones**

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

### 3.2 Criterios de evaluación

#### Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE1	Asistencia y participación en clase	10%
SE2	Prueba parcial	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	25%
SE4	Prueba final presencial	50%

Modalidad: Semipresencial y A distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE9	Participación en foros y otras actividades tutorizadas	15%
SE3	Actividades académicas dirigidas	45%
SE4	Prueba final presencial	40%

#### Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	30%
SE4	Prueba final presencial	70%

Modalidad: Semipresencial y A distancia

Código	Sistemas de evaluación	Porcentaje
SE3	Actividades académicas dirigidas	40%
SE4	Prueba final presencial	60%

### 3.3 Restricciones

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### 3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

## 4. BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía básica

Echeverry Velásquez, S.E. (2015). El contrato del patrocinio deportivo. Madrid: Editorial Reus.  
 Martínez Solana, Y. (2004). Comunicación institucional. Madrid: Editorial Fragua.  
 Solano Santos, L.F. (2008). Patrocinio y mecenazgo: instrumental de responsabilidad social corporativa. Madrid: Editorial Fragua.  
 Approaching The Future (2020). Tendencias en reputación y gestión de intangibles (ATF). Corporate Excellence y CANVAS

### Bibliografía recomendada

Cervera Fantoni A.L. (2011). Patrocinio y mecenazgo. ESIC.  
 Cameron Crowe (1996). Jerry Maguire.

## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Gabriela Haiek Ruocco
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Licenciada en Comunicación Social
Correo electrónico	Gabriela.haiek.ruocco@gmail.com
Localización	Campus Princesa
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Católica Andrés Bello (Venezuela) con Máster en RSC y Sostenibilidad, además de, entre otros, un MBA. Ha gestionado proyectos tanto nacionales como internacionales para diversas organizaciones tanto públicas como privadas. En su último trabajo ejerció como Gerente de Proyectos y Comunicación, lo que le llevó a poner en marcha dos Cumbres Iberoamericanas de Comunicación Estratégica y cuatro ediciones de unos premios internacionales en Comunicación. Actualmente, es la directora de Gestión, Marketing, Comunicación y Personas en Axis4, Diseño y Gestión.