

Información y comunicación en los eventos

Máster universitario en Organización
y Dirección de Eventos



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Información y comunicación en los eventos

Titulación: Máster Universitario en Organización y Dirección de Eventos

Periodo: Primer semestre

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial /online

Créditos: 2

Profesor: Dr. Javier Chivite Fernández / Dra. Carmen Llovet Rodríguez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias básicas

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Desarrollar la capacidad del aprendizaje autónomo con el fin de adaptarse a un entorno cambiante y con múltiples desafíos, propios del campo de la Comunicación Corporativa y las RR.PP.
- Resolver problemas y tomar decisiones eficaces ante problemas planteados y situaciones de alto nivel competitivo en el sector de la dirección y organización de eventos.
- Trabajar en equipo de forma eficaz en el contexto de la dirección y organización de eventos.
- Aplicar las técnicas de organización y dirección de eventos en el contexto de las empresas e instituciones, atendiendo las necesidades comunicativas de las mismas.
- Adaptar el mensaje comunicativo a las especificidades del sector en el que opera la organización, identificando los *stakeholders*, y mediante los diferentes canales de comunicación.

Resultados de aprendizaje

Emplear estratégicamente acciones de comunicación identificando, por un lado a los diferentes *stakeholders* de nuestro evento y, por otro, los canales disponibles para crear los mensajes adecuados.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Información y comunicación en los eventos: Aplicación del mensaje comunicativo a las especificidades del sector y tipo de evento, manejando a la perfección el entorno 2.0 para difundir el evento y su posterior *viralización*. Identificación de los *stakeholders* y canales, tanto on line como off line, teniendo en cuenta todos los actores protagonistas del proceso comunicativo: equipo de trabajo, prensa, invitados, *influencers*, seguidores, etc.

2.3 Contenido detallado

TEMA 1: LOS EVENTOS Y LA COMUNICACIÓN

- 1.1. Importancia de la comunicación en el mundo de los eventos
- 1.2. Gabinetes de Comunicación
- 1.3. Comunicación Interna y comunicación externa

TEMA 2: LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

- 2.1. Nota de prensa, convocatoria de prensa y Dossier de prensa
- 2.2. Rueda de Prensa
- 2.3. El *pool* de medios
- 2.4. Las Redes Sociales

TEMA 3: EL CENTRO DE PRENSA

TEMA 4: EL PLAN DE COMUNICACIÓN

TEMA 5: LA COMUNICACIÓN DE UNA CRISIS

2.4. Actividades Dirigidas (40%)

Actividad Dirigida 1 (AD1): Los alumnos elegirán un *influencer* en redes sociales para seguir su actividad durante una semana. Deberán observar cuáles son sus publicaciones, el lenguaje que utiliza, los elementos gráficos que elige, y si sus contenidos son patrocinados o no. Y posteriormente realizar un informe valorativo de su actividad.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Los alumnos deberán realizar un ensayo acerca de la importancia real de las redes sociales en los eventos. Habrá que explicar no sólo la influencia de sus publicaciones, sino también la incidencia real en la credibilidad de la sociedad de las redes sociales frente a los medios de comunicación convencionales.

2.5. Trabajo final de la asignatura (50%)

Trabajo final de la asignatura: Cada alumno elaborará un proyecto de rueda de prensa eligiendo un producto de una empresa, los periodistas que van a acudir, el lugar donde se va a celebrar y cuál va a ser el desarrollo del acto.

2.6. Actividades formativas

2.7. Modalidad presencial:

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	60	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	100	0%
AF3	Tutorías	20	50%
AF4	Evaluación	20	100%

2.8. Modalidad a distancia

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	40	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	100	0%
AF3	Tutorías	20	0%
AF4	Evaluación	40	100%
		200	

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

Modalidad presencial

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Asistencia y participación	10%	10%
Actividades académicas dirigidas	40%	40%
Trabajo final de la asignatura	50%	50%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Asistencia y participación	10%	10%
Actividades académicas dirigidas	40%	40%
Trabajo final de la asignatura	50%	50%

Modalidad a distancia

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Asistencia y participación	10%	10%
Actividades académicas dirigidas	30%	30%
Trabajo final de la asignatura	60%	60%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Actividades académicas dirigidas	40%	40%
Trabajo final de la asignatura	60%	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. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre antes del examen de la convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria).

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

HERRERO, Julio César y FUENTE LAFUENTE, Juan Luis. *La comunicación en el protocolo*. Ediciones Protocolo. Madrid, 2011.

FUENTE LAFUENTE, Carlos. *Protocolo oficial. Las instituciones españolas y su ceremonial*. Ediciones Protocolo, Madrid. 2004 y 2006.

Paniagua Gallart, C. (2012). Una historia de la comunicación de crisis en España. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 8(2), 3-24.
<https://doi.org/10.7195/ri14.v8i2.243>

MM Rodríguez González, I Marauri Castillo, MJ Cantalapedra González (2013): "La política de comunicación proactiva de las instituciones públicas para combatir crisis", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 68. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 457 a 484, recuperado el 19 de agosto de 2020, de http://www.revistalatinacs.org/068/paper/985_Bilbao/19_Cantalapedra.html

ENRIQUE, Ana M^a. "La gestión de la comunicación en situaciones de crisis. El caso de la compañía United Biscuits en la crisis de Fontaneda". *Comunicación y sociedad*. 2008 vol. XXI, núm.2, p.35-56.
<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8499/1/20100628162823.pdf>

García Santamaría, J.V. (2010): "Crisis del periodismo de fuentes. Las prácticas del periodismo en España en el accidente de Spanair", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 516 a 537 recuperado el 20 de agosto de 2020 de: http://www.revistalatinacs.org/10/art3/916_UC3M/38_Santamaria.html

Bibliografía recomendada

Zala Martínez, Diego. *La comunicación en los eventos*. Ediciones Protocolo. Madrid, 2009

Ramos Fernández, Fernando. *La comunicación corporativa e institucional*. De la imagen al protocolo. Universitas. Madrid, 2002

Aljure Saab, Andrés (2015). *El Plan Estratégico de Comunicación*. Barcelona. Editorial UOC.

Vázquez Burgos, Miguel Ángel (2004). *El profesional de las relaciones externas*. Madrid. Editorial Bosch.

Cuadrado Esclápez, Carmen (2015). *Protocolo y comunicación en la empresa y los negocios*. Madrid. Fundación Confemetal.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Javier Chivite Fernández
Departamento	Facultad de Comunicación y Artes
Titulación académica	Doctor en Periodismo (Universidad Complutense de Madrid)
Correo electrónico	jchivite@nebrija.es
Localización	Campus Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Javier Chivite es profesor universitario desde el año 2005. Ha impartido asignaturas relacionadas con la Comunicación Corporativa, los Géneros Periodísticos, Historia del Periodismo, Habilidades de Comunicación, la Comunicación en los Eventos e incluso Introducción a la Economía. Sus investigaciones se centran en torno a la vigencia de los géneros periodísticos en la actualidad, la crónica de viajes como género híbrido entre la literatura y el periodismo, la comunicación de crisis, la portavocía y la manipulación de la imagen para conseguir fines propagandísticos. Es doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y está acreditado por la ACAP. Ha trabajado en la Universidad Camilo José Cela, en ISEMCO y ha colaborado con la UCM, la UAM y la URJC. Desde el año 2008 desarrolla su labor en el mundo del periodismo como portavoz del Centro de Emergencias 112 de la Comunidad de Madrid. Está en posesión de la <i>Medalla al Mérito de Protección Civil en la categoría de Bronce y con distintivo Blanco</i> concedida por la Dirección General de Protección Civil y Emergencias del Ministerio del Interior en 2018 al equipo de comunicación de Emergencias 112 Comunidad de Madrid.</p>
---	---

Nombre y Apellidos	Carmen Llovet Rodríguez
Departamento	Facultad de Comunicación y Artes
Titulación académica	Doctora en Comunicación
Correo electrónico	cllovet@nebrija.es
Localización	Campus Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctora en Comunicación Pública por la Universidad de Navarra (2014), soy licenciada en Derecho y en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. Mi trayectoria docente comenzó en la Universidad Villanueva, continuó en New York Institute of Technology (campus Pekín) y recientemente en la Universidad Internacional de Cataluña. El rango de asignaturas impartidas es amplio, desde Comunicación profesional, hasta Investigación en Comunicación, Responsabilidad social corporativa, Comunicación no verbal, Globalización de la Publicidad y Publicity.</p> <p>La estancia doctoral en Inglaterra con académicos pioneros en un ámbito multidisciplinar me impulsó a defender la primera tesis en España sobre la contribución del punto de venta en la comunicación de las marcas de moda. En torno a esta línea y al estudio de las representaciones de las niñas en la publicidad de moda, he obtenido publicaciones en revistas académicas de impacto y en editoriales científicas como <i>Comunicar</i>, <i>El Profesional de la información</i>, <i>Prisma Social</i>, <i>Pirámide</i> y <i>EUNSA</i>, así como presentaciones en congresos internacionales y nacionales y foros divulgativos como los del IAMCR, AE-IC, Barcelona International Critical PR Conference, el Symposium TWG Advertising Research ECREA y los cursos de verano de la Universidad Complutense y de Olavide. He realizado estancias de investigación en Glasgow Caledonian University (2011) y en Southern Illinois University (2016), además de docencia en la Universidad Panamericana, México (2017) y de formación en Radboud University, Países Bajos (2019), para la que obtuve una Subvención Erasmus+. El observatorio Family Watch ha realizado un informe sobre mi investigación y numerosos medios se han hecho eco de ella como motivo de la concienciación a la sociedad sobre el tipo de imágenes de la infancia en publicidad y en redes sociales.</p> <p>He sido periodista de moda y cultura en la agencia especializada en tendencias Acepresa, ejecutiva de cuentas en la Consultora de comunicación BeConfluence, miembro del departamento de comunicación de la ONG Helsinki España Dimensión Humana y redactora en la sección de Cultura de la agencia informativa Europa Press. He moderado mesas redondas de encuentros académicos del sector de la moda en el Museo del Traje, y he ejercido labores de gabinete de comunicación para estas jornadas y para el blog de L’Oreal durante la 50 Edición de la Cibeles Mercedes-Benz Fashion Week Madrid. He preparado planes de comunicación para iniciativas puntuales como la campaña de concienciación para la Dirección General de Ordenación del Juego.</p> <p>Doctora Acreditada por ANECA en las figuras de Contratado Doctor, Profesor Ayudante Doctor y Profesor de Universidad Privada.</p>
---	--