

# Habilidades comunicativas, Empowerment y la marca personal

Máster Oficial en Organización de Eventos,  
Protocolo y Relaciones Institucionales  
2018-2019

[www.protocoloimep.com](http://www.protocoloimep.com)

## 1\_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA			
Habilidades Comunicativas, Empowerment y la Marca Personal			
CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
4,5	Obligatoria	1º	Primero
Titulación	Máster Oficial en Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales		
Centro	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3		
Idioma	Castellano		
PROFESORADO			
Nombre	e-mail		
Carmen Mª López	carmen.lopez@protocoloimep.com		
HORARIO			
Clase	Fecha salida académica Fecha "Meet the pros"	Fecha Exámenes	
Miércoles 16:00 – 20:00			

## 2\_ CONTEXTUALIZACIÓN

Nadie duda que la comunicación es una pieza fundamental en las relaciones interpersonales e institucionales. Hoy en día, con los medios digitales, la inmediatez y la visibilidad son aspectos que condicionan nuestras estrategias para la gestión y organización de eventos.

Tener herramientas que nos permitan visibilizar nuestras acciones, llegar a nuestro público objetivo con el mensaje deseado, crear valor en nuestra marca personal y sobre todo conseguir el engagement de nuestros consumidores, depende del conocimiento de los medios de comunicación, las relaciones con estos y la capacidad de diseñar estrategias de comunicación efectivas.

### 2.1\_ Recomendaciones para la asignatura.

- Traer ordenador portátil a clase para realizar prácticas
- Poseer una cuenta gratuita en CANVA

### 3\_ COMPETENCIAS

#### 3.1\_ Competencias generales (transversales) y Competencias específicas.

- Desarrollar la capacidad de organización, planificación y toma de decisiones.
- Formar a los estudiantes en el desarrollo de capacidades directivas profesionales tanto propias como ajenas.
- Adquirir conocimientos relacionados con el liderazgo y la negociación que ayuden a gestionar equipos de trabajo multidisciplinares.
- Capacidad de comunicación oral y escrita de los conocimientos adquiridos.
  
- Capacidad para identificar los diferentes estilos de liderazgo, y descubrir nuevos hábitos de trabajo que sean útiles para iniciar un proceso de desarrollo de un equipo de trabajo de alto desempeño.
- Capacidad para identificar y conocer los problemas propios de la gestión integral de eventos, y aplicar y desarrollar soluciones e ideas originales para solventar los mismos.
- Capacidad de desarrollar estrategias de comunicación que favorezcan las relaciones institucionales y la organización de eventos.

### 4\_ CONTENIDOS.

#### 4.1\_ TEORIA

##### UNIDAD DIDÁCTICA I. LA COMUNICACIÓN APLICADA A LAS ORGANIZACIONES

##### **TEMA 1. El poder de la comunicación asertiva en las relaciones personales**

##### UNIDAD DIDÁCTICA II. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

##### **TEMA 2. Herramientas de gestión para la relación con los medios de comunicación**

- 2.1. Nota de prensa y Comunicado de prensa
- 2.2. La figura del portavoz
- 2.3. Entrevista
- 2.4. Rueda de prensa

##### **TEMA 3. Diseño del Plan de Comunicación Integral**

- 3.1. Plan de Comunicación Externa
  - Engagement, la importancia del Feedback
- 3.2. Plan de Comunicación Interna
  - Metodología Lean para las sugerencias
  - Gestión de las reuniones
- 3.3. Plan de comunicación On-line
  - Social Media Plan

### UNIDAD DIDÁCTICA III. CREACIÓN DE CONTENIDOS DE CALIDAD

#### **TEMA 4. La comunicación como instrumento de gestión estratégica y competitividad.**

- 4.1. La importancia de una buena redacción de textos corporativos
- 4.2. Cómo crear contenido interesante
- 4.3. Redacción de *newsletter*
- 4.4. Habilidades para hablar en público

#### **TEMA 5. Herramientas informáticas básicas para la comunicación corporativa**

- 5.1. Diseño de materiales publicitarios y de comunicación para canales online y offline

### **4.2\_ PRÁCTICA**

Se realizarán las siguientes prácticas relacionadas con el contenido de cada unidad didáctica:

#### **UNIDAD DIDÁCTICA i**

1. Estilo de comunicación autoevaluación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA ii**

2. Nota prensa
3. Formación portavoces
4. Estudio casos sobre: C Interna
5. C Externa
6. C Online

#### **UNIDAD DIDÁCTICA III**

7. Texto corporativo
8. Newsletter
9. Discurso
10. Diseño cabecera RRSS
11. Diseño banner promo

## **5\_ METODOLOGÍA**

### **5.1\_ PRESENCIAL**

La metodología empleada para esta asignatura se basa en sesiones de docencia presenciales, unida a la búsqueda activa de información por parte de los alumnos. Estas sesiones se completarán con exposiciones, ejercicios prácticos y dinámicas dialógicas en las que participen semanalmente los alumnos de forma individual y grupal.

### 5.2\_ DISTANCIA

La metodología empleada son sesiones de docencia online y la búsqueda activa de información por parte de los alumnos. Estas sesiones se completarán ejercicios prácticos en las que participen semanalmente los alumnos.

### 5.3\_ ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Adaptaciones curriculares, flexibilización y apoyo para los alumnos con dificultad para alcanzar los objetivos de la asignatura.

## 6\_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- 1.- Mejorar las relaciones con los medios de comunicación para conseguir los objetivos comunicativos
- 2.- Gestión y adaptación comunicativa dependiendo de las necesidades que surjan en el ámbito personal y profesional
- 3.- Mejorar las habilidades de comunicación oral y escrita
- 4.- Capacidad para trabajar en equipo
- 5.-Elaborar estrategias comunicativas off line y on line que favorezcan las relaciones entre organizaciones, instituciones y empresas
- 6.- Capacidad de liderazgo y negociación
- 7.- Capacidad para la toma de decisiones
- 8.- Capacidad de argumentación
- 9.- Creación de discursos y presentaciones para hablar en público
- 10.- Evaluación de las conductas sociales y comunicativas para mejorar las relaciones interpersonales

## 7\_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 7.1\_ PRESENCIAL

#### CONVOCATORIA ORDINARIA

**Evaluación CONTINUA:** prácticas realizadas a lo largo de la asignatura (70%) + trabajo final PCO (30%) (20% trabajo+10% exposición)

**Evaluación NO CONTINUA:** examen tipo test de entre 20 y 40 preguntas que supondrá el 100% de la nota final.

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Si no se supera la asignatura en la anterior convocatoria (por cualquiera de los

dos tipos de evaluación) se realizará una prueba escrita tipo test que será el 100% de la nota final.

En ambas convocatorias, el examen se considera aprobado a partir de 5 puntos sobre 10.

## 7.2\_ DISTANCIA

### CONVOCATORIA ORDINARIA

**Evaluación CONTINUA:** prácticas realizadas a lo largo de la asignatura (70%) + trabajo final PCO (30%) (20% trabajo+10% exposición)

**Evaluación NO CONTINUA:** examen tipo test de entre 20 y 40 preguntas que supondrá el 100% de la nota final.

### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Si no se supera la asignatura en la anterior convocatoria (por cualquiera de los dos tipos de evaluación) se realizará una prueba escrita tipo test que será el 100% de la nota final.

En ambas convocatorias, el examen se considera aprobado a partir de 5 puntos sobre 10.

## 8\_ PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PARA 4.5 CRÉDITOS

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
ASISTENCIA A CLASES TEÓRICAS	25
CLASES PRÁCTICAS	20
ASISTENCIA A SEMINARIOS, CHARLAS O CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA	10
TAREAS AUTÓNOMAS	50
ASISTENCIA TUTORIAS	2.5
VISITAS A INSTALACIONES O EMPRESAS	5
<b>TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO</b>	<b>112.5</b>

### 8.1\_ PRESENCIAL

Unidad Didáctica 1:			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
	Presentación asignatura y guía docente		
2, 3, 6, 10	Clase Teórica Tema 1 Estilos comunicación		
2,10	Práctica	Identificación estilo	0.3

		comunicación personal y cómo mejorar. Individual.	
--	--	---	--

Unidad Didáctica 2:			Semana 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 3, 5	Clase Teórica Tema 2 Relación Medios		
1, 2, 3, 5	Práctica	Redacción nota prensa. Individual	0.7

Unidad Didáctica 2:			Semana 3
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 3, 5	Clase Teórica Tema 2		
1, 2, 3, 4, 5	Prácticas	Preparación portavoz ante crisis. Individual.	0.7

Unidad Didáctica 2:			Semana 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2,3,5,10	Clase Teórica Tema 3 PCE		
2,3,5,10	Práctica	Análisis de caso práctico LEGO. Individual. Puesta en común en clase	0.6

Unidad Didáctica 2:			Semana 5
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 4, 6, 7	Clase Teórica Tema 3 PCI		
1, 2, 4, 6, 7	Práctica	Análisis de caso práctico Sanofi. Puesta en común en clase	0.6

Unidad Didáctica 2:			Semana 6
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 4, 6, 7	Clase Teórica Tema 3 PCO		
1, 2, 4, 6, 7	Práctica	Reflexión reportaje RRSS. Individual. Puesta en común en clase	0.6

Unidad Didáctica 3:			Semana 7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 4, 6, 7	Clase Teórica Tema 4		
1, 2, 4, 6, 7	Práctica	Redactar un texto corporativo para web. Individual	0.7

Unidad Didáctica 3:			Semana 8
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3, 5	Clase Teórica Tema 4		
3, 5	Práctica	Crear un newsletter. Individual	0.7

Unidad Didáctica 3:			Semana 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3,5,8,9	Clase Teórica Tema 4		
3,5,8,9	Práctica	Realizar un discurso	0.7

Unidad Didáctica 3:			Semana 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,2, 5, 6	Tema 5 Diseño		
	Práctica	Elaborar un encabezado perfil redes sociales	0.7



Unidad Didáctica 3:			Semana 11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 5, 6	Tema 5 Diseño		
	Práctica	Elaborar un encabezado un banner promo	0.7

Unidad Didáctica:			Semana 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 4, 6, 7	Exposiciones.	Presentaciones de trabajo final	1

## 8.2\_DISTANCIA

Unidad Didáctica 1:			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
	Presentación asignatura y guía docente		
2, 3, 6, 10	Clase Teórica Tema 1 Estilos comunicación		
2,10	Práctica	Identificación estilo comunicación personal y cómo mejorar. Individual.	0.3

Unidad Didáctica 2:			Semana 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 3, 5	Clase Teórica Tema 2 Relación Medios		
1, 2, 3, 5	Práctica	Redacción nota prensa. Individual	0.7

Unidad Didáctica 2:			Semana 3
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 3, 5	Clase Teórica Tema 2		
1, 2, 3, 4, 5	Prácticas	Preparación	0.7

		portavoz ante crisis. Individual.	
--	--	-----------------------------------	--

Unidad Didáctica 2:			Semana 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2,3,5,10	Clase Teórica Tema 3 PCE		
2,3,5,10	Práctica	Análisis de caso práctico LEGO. Individual. Puesta en común en clase	0.6

Unidad Didáctica 2:			Semana 5
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 4, 6, 7	Clase Teórica Tema 3 PCI		
1, 2, 4, 6, 7	Práctica	Análisis de caso práctico Sanofi. Puesta en común en clase	0.6

Unidad Didáctica 2:			Semana 6
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 4, 6, 7	Clase Teórica Tema 3 PCO		
1, 2, 4, 6, 7	Práctica	Reflexión reportaje RRSS. Individual. Puesta en común en clase	0.6

Unidad Didáctica 3:			Semana 7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 4, 6, 7	Clase Teórica Tema 4		
1, 2, 4, 6, 7	Práctica	Redactar un texto corporativo para web. Individual	0.7

Unidad Didáctica 3:			Semana 8
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3, 5	Clase Teórica Tema 4		
3, 5	Práctica	Crear un newsletter. Individual	0.7

Unidad Didáctica 3:			Semana 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
3,5,8,9	Clase Teórica Tema 4		
3,5,8,9	Práctica	Realizar un discurso	0.7

Unidad Didáctica 3:			Semana 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,2, 5, 6	Tema 5 Diseño		
	Práctica	Elaborar un encabezado perfil redes sociales	0.7

Unidad Didáctica 3:			Semana 11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,2, 5, 6	Tema 5 Diseño		
	Práctica	Elaborar un encabezado un banner promo	0.7

Unidad Didáctica:			Semana 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 4, 6, 7	Exposiciones.	Video/BB Presentaciones de trabajo final	1

## 9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

## 9.1\_GENERAL

DE CASTRO, A. (2017) *Manual práctico de Comunicación Organizacional*. Editorial Verbum, 6 mar.

LOSADA, José Carlos (coord.) (2005) *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Ariel, Barcelona.

## 9.2\_POR TEMAS

### Unidad didáctica 1

OCAMPO RAMIREZ, N. (Ed.) (2006) *Método de comunicación asertiva: el método que acerca a las personas*. Editorial Mad.

### Unidad didáctica 2

ACED, C. (2014) *Relaciones públicas 2.0: Cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Editorial UOC.

BURGUEÑO, J.M. (2016) *Comunicación institucional para periodistas: Manual práctico de comunicación y relaciones públicas*. Editorial UOC

CAVALLER, V.; PEDRAZA, R. VV.AA. (2014) *Estrategias y gestión de la comunicación online y offline*. Editorial UOC

GARCÍA OROSA, B. (2009) *Gabinetes de comunicación on line. Claves para generar información corporativa en la red*. Comunicación Social

PRECIADO, Á. (2007) *Comunicación directiva. Influencia del estilo de dirección en la comunicación interna de las organizaciones*. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.

### Unidad didáctica 3

BRASSEL, C. (2012) *Las mejores técnicas para hablar en público*. Penguin Random House Grupo Editorial México

ORTEGA, V (2015) *Cómo Hablar en Público Sin Temor: Estrategias prácticas para crear un discurso claro y efectivo*. Serie oratoria eficaz. Editorial Imagen

JARDÍ, E. (2007). *Veintidós consejos sobre tipografía*. ACTAR

LUPTON, E. (2011) *Pensar con tipos: Una guía clave para estudiantes, diseñadores, editores y escritores*. Editorial GG