

# Habilidades comunicativas, Empowerment y la marca personal

Máster Oficial en Organización de Eventos,  
Protocolo y Relaciones Institucionales  
2019-2020

[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		
Iñaki Serrano	Inaki.serrano@protocoloimep.com		
HORARIO			
Clase	Fecha salida académica Fecha "Meet the pros"	Fecha Exámenes	
Miércoles 16:00 – 20:00	Por determinar	7/1/2020 al 14/1/2020	

## 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

### 3\_ COMPETENCIAS

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

- CG2 Formar a los estudiantes en el desarrollo de capacidades directivas profesionales
  - CG3 Adquirir conocimientos relacionados con el liderazgo y la negociación que ayuden a gestionar equipos de trabajo multidisciplinares.
  - CG8 Capacitar la comunicación oral y escrita de los conocimientos adquiridos.
    - CE3 Capacidad y Habilidad para utilizar el pensamiento creativo, idear, conocer y conectar tendencias emergentes en el ámbito de la Organización de Eventos, el Protocolo y las Relaciones Institucionales.
    - CE6 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.-
    - CE13 Capacidad del estudiante de conocer las herramientas de creación de empresas y de marca personal para adquirir un posicionamiento personal hacia el logro de cualquier objetivo
    - CE14 Conocer y ajustarse a las obligaciones deontológicas del profesional del Protocolo y Eventos
    - CE16 Capacidad de desarrollar estrategias de dirección y comunicación que favorezcan las relaciones institucionales y la organización de eventos.

### 4\_ CONTENIDOS.

#### 4.1\_ TEORIA

##### UNIDAD DIDÁCTICA I. Habilidades Estratégicas

##### **TEMA 1. El dominio de la dirección estratégica, el liderazgo y la comunicación factores claves.**

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

##### **TEMA 2. Metodologías y Herramientas de Dirección.**

##### 2.1. Proceso de Dirección Estratégica.

2.2. Bussines Model Canvas.

2.3. Matrices Estratégicas.

2.5. Cuadro de Mando.

### **TEMA 3. Metodología y herramientas de Innovación.**

3.1. Design Thinking

3.2. Metodología Lean Startup

3.3. Metodologías ágiles para la transformación digital

### **TEMA 4. La planificación y análisis financiero como habilidad directiva de negociación.**

4.1. Fundamentos Financieros para la dirección

4.2. Análisis y valoración de proyectos

## UNIDAD DIDÁCTICA III. LA COMUNICACION COMO HABILIDAD DIRECTIVA

### **TEMA 5. Diseño del Plan de Comunicación Integral. La comunicación como herramienta de gestión estratégica y competitividad.**

5.1. Plan de Comunicación Interna

5.2. Plan de Comunicación Externa

5.3. Plan de Comunicación on-line

### **TEMA 6. Habilidades Directivas**

6.1. Habilidades Conceptuales

6.2. Habilidades Técnicas

6.3. Habilidades Humanas

#### **4.2\_PRÁCTICA**

Resolución diversos casos prácticos, realización de análisis objetivos.

## 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 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 capacidades de análisis de entorno y planificación para conseguir los objetivos empresariales.
- 2.- Dirección, Gestión empresarial y adaptación comunicativa dependiendo de las necesidades que surjan tanto en el entorno como en el ámbito personal y profesional
- 3.- Mejorar las habilidades de dirección y 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 (20%) + caso final (30%) y trabajo final PCO (50%) (30% trabajo+20% exposición)

**Evaluación NO CONTINUA:** examen de desarrollo de un tema del programa que supondrá el 100% de la nota final.

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Si no se supera la asignatura en la anterior convocatoria se realizará una prueba escrita de desarrollo 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:** trabajo final PCO (100%) (60% trabajo+ 40% exposición). La exposición se entregará en una grabación máximo de 8 minutos presentado en trabajo final.

**Evaluación NO CONTINUA:** examen de desarrollo de un tema del programa que supondrá el 100% de la nota final.

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Si no se supera la asignatura en la anterior convocatoria se realizará una prueba escrita de desarrollo que será el 100% de la nota final.

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

## 8\_ PLANIFICIACIÓN 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 Habilidades Estratégicas		
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 Dirección Estratégica		
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 3:			Semana 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2,3,5,10	Clase Teórica Tema 3 Metodología de Innovación		
2,3,5,10	Práctica	Análisis de caso práctico LEGO. Individual. Puesta en común en clase	0.6

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

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

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

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



		discurso	
--	--	----------	--

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

Unidad Didáctica 6:			Semana 11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,2, 5, 6	Tema 6		
	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 Habilidades Estratégicas		
2,10	Práctica	Identificaciónn estilo	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 Dirección Estratégica		
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	Individual.	0.7

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

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

Unidad Didáctica 4:			Semana 6
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1, 2, 4, 6, 7	Clase Teórica Tema 4 Planificación Financiera		
1, 2, 4, 6, 7	Práctica	Puesta en común en clase	0.6

Unidad Didáctica 4:			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	Puesta en común en clase	0.7

Unidad Didáctica 5:			Semana 8
Resultado de	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de	Porcentaje

Aprendizaje		Evaluación	
3, 5	Clase Teórica Tema 5 Comunicación		
3, 5	Práctica	Crear una campaña de comunicación	0.7

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

Unidad Didáctica 6:			Semana 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,2, 5, 6	Tema 6 Habilidades Directivas		
	Práctica	Elaborar programa de habilidades directivas	0.7

Unidad Didáctica 6:			Semana 11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,2, 5, 6	Tema 6		
	Práctica	Elaborar programa de habilidades directivas	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

## 9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

### 9.1\_GENERAL

de Luis A. Guerras Martín y José E. Navas López (2015) *Dirección Estratégica De La Empresa, La 5 Ed.*. Teoría Y Aplicaciones

de Eduardo Bueno Campos, Patricio Morcillo Ortega, et ál. | (2006) *Dircción Estratégica : Nuevas perspectivas teóricas (Economía y Empresa)*

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

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

### Unidad didáctica 2

David P. Norton, Robert S. Kaplan (1996) *Cuadro de Mando Integral* (1996), *Cómo utilizar el cuadro de Mando Integral* (2000),

### Unidad didáctica 3

de Juan Gasca Rubio (2018) *DesignPedia*

de Jeff Gothelf (2018) *Lean vs Agile vs Design Thinking*

### Unidad didáctica 4

DR. Luis Haime Levy (2009) *Planeación Financiera en la Empresa Moderna*. Editorial ISEF

### Unidad didáctica 5

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) *Gabinets de comunicació 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 6**

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