

PROGRAMA DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE EVENTOS						
I.- DATOS GENERALES						
Nombre de la Carrera o Programa: COMUNICACIÓN SOCIAL						
Nombre de la Cátedra: Planificación y Gestión de Eventos						
Departamento y/o cátedra: Comunicaciones Publicitarias						
Concentración: Comunicaciones Corporativas						
Régimen: Semestral			Número de Unidades Crédito: 5			
Ubicación en el plan de estudios: Semestre A						
Tipo de asignatura:				N° horas semanales:		
Obligatoria	x	Electiva		Teóricas:	2	Prácticas/Seminarios 2
Prelaciones/Requisitos:			Asignaturas a las que aporta: De la concentración <u>Comunicaciones Corporativas</u> : Comunicaciones Organizacionales; Relaciones Públicas.			
Fecha de aprobación del Programa por el Consejo de Facultad: 22/2/2016						

II.- JUSTIFICACIÓN	
<p>Los eventos forman parte de las actividades promocionales que hacen las organizaciones, bien de manera eventual y puntual (lanzamiento de productos, congresos y seminarios temáticos, de responsabilidad social), bien como parte de los rituales que se reconocen como tradiciones culturales (aniversarios, reconocimientos a trabajadores, campeonatos deportivos interorganizacionales).</p> <p>Los eventos permiten a las organizaciones acercarse a sus distintos grupos de interés y con ello agregar valor a su imagen corporativa, en la medida en que estos generan recordación de su marca cada vez que se llevan a cabo de manera exitosa y se difunden a través de los diversos medios, tanto a los públicos internos como a los externos.</p> <p>De allí la importancia de que los comunicadores que se forman en la academia cuenten con una herramienta que les enseñe cómo conducir la realización de un evento de la organización donde se desempeñen, o en calidad de contratados para tales efectos.</p>	
III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS	
Esta unidad curricular contribuye al desarrollo de las competencias generales, profesionales básicas y específicas siguientes:	
Competencia general: Aprender a trabajar con el otro	
Participa y trabaja en equipo	1. Identifica roles y funciones de todos los miembros del equipo

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Realiza las tareas establecidas por el equipo 3. Cumple diversos roles dentro del equipo 4. Utiliza formas de comunicación que favorecen las relaciones de interdependencia. 5. Coordina las acciones del equipo hacia el logro de la meta común
Motiva y conduce a otros hacia metas comunes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica claramente objetivos, metas y propósitos comunes 2. Dialoga directa y respetuosamente con los otros para favorecer su identificación con las metas 3. Promueve la construcción conjunta de planes y estrategias para el logro de las metas 4. Conduce la participación de los otros en actividades orientadas hacia el logro de las metas 5. Aplica estrategias para superar limitaciones en el logro de las metas
Toma decisiones efectivas para resolver problemas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica el problema 2. Analiza el problema 3. Plantea alternativas de solución 4. Ejecuta la opción que considera más adecuada para la solución del problema
Organiza y planifica el tiempo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determina el tiempo idóneo para cumplir con objetivos individuales y colectivos 2. Jerarquiza las actividades en el corto, mediano o largo plazo 3. Ejecuta las actividades planificadas de acuerdo con el cronograma establecido
Formula y gestiona proyectos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnostica necesidades que pueden ser abordadas por proyectos 2. Formula proyectos de acuerdo con las necesidades del contexto 3. Gestiona las acciones del equipo para ejecutar el proyecto 4. Evalúa los resultados del proyecto 5. Comunica a otros las lecciones aprendidas en el desarrollo del proyecto
Competencia profesional básica: Gestiona proyectos comunicacionales	
Diagnostica necesidades de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recolecta datos acerca de un entorno sociocultural, organizacional o de mercadeo 2. Analiza los datos recolectados con



	<p>metodologías específicas</p> <p>3. Identifica necesidades comunicacionales</p>
Formula proyectos comunicacionales	<p>1. Define los objetivos de un proyecto</p> <p>2. Determina los recursos disponibles y los necesarios para ejecutar el proyecto</p> <p>3. Analiza las características de la audiencia objetivo</p> <p>4. Diseña estrategias comunicacionales</p> <p>5. Determina los medios apropiados según los mensajes y las audiencias</p> <p>6. Define criterios para evaluar el proyecto a lo largo de su desarrollo</p> <p>7. Evalúa el proyecto en sí mismo</p>
Implementa proyectos comunicacionales	<p>1. Determina criterios para la administración de recursos financieros</p> <p>2. Conformar equipos de trabajo con los recursos humanos apropiados</p> <p>3. Elabora o supervisa la elaboración de productos comunicacionales</p> <p>4. Aplica criterios para monitorear el cumplimiento de objetivos</p>
Evalúa los resultados de un proyecto comunicacional	<p>1. Verifica el cumplimiento de los criterios de evaluación establecidos en el proyecto</p> <p>2. Compara los resultados obtenidos con los deseados</p> <p>3. Determina el nivel de satisfacción de las necesidades que le dieron origen</p>
Competencia profesional específica: Gestiona planes de comunicaciones organizacionales	
Diagnostica las necesidades comunicacionales de una organización	<p>1. Recolecta datos sobre la organización y sus audiencias interna y externa</p> <p>2. Procesa información recabada con metodologías específicas de la comunicación organizacional</p> <p>3. Identifica necesidades comunicacionales en una organización</p>
Formula planes de comunicación organizacional	<p>1. Formula objetivos para un plan estratégico de comunicaciones organizacionales</p> <p>2. Determina los recursos disponibles y los necesarios para llevar a cabo el plan</p> <p>3. Diseña estrategias de comunicación interna y externa</p>



IV.- CONTENIDOS	
Unidad I. Organización de eventos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptos. Clasificación: empresariales, culturales, educativos, sociales deportivos, religiosos, políticos. Tipologías: conferencias, congresos, seminarios, lanzamientos de productos, agasajos al personal, aniversarios, comidas de negocios, entrega de premios, presentaciones de libros, <i>workshops</i>, degustaciones, inauguraciones, exposiciones, ferias, festivales y otros 2. Propósito del evento 3. Comité organizador: funciones y roles 4. Logística del evento: <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Locación 4.2. Seguridad 4.3. Traslado 4.4. Protocolo
Unidad II. Planificación de eventos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Idea o concepto narrativo 2. Definición de actores: expositores (ponentes, conferencistas), participantes y asistentes 3. Programa y Cronograma de actividades 4. Ejecución y control del plan (<i>Project</i>) 5. Producción y financiamiento: <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Presupuesto 5.2. Recursos 5.3. Patrocinio 6. Lista de verificación (<i>check list</i>) y formatos 7. Misceláneos
Unidad III. Comunicación y difusión del evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atributos de identidad del evento 2. Definición de públicos 3. Preparación de mensajes clave 4. Ceremonial y etiqueta 5. Relatoría 6. Difusión y relaciones públicas del evento 7. Medios: <ol style="list-style-type: none"> 7.1. Relaciones con los medios 7.2. Mezcla de medios 7.3. Gira de medios 8. Estrategia de mercadeo del evento
Unidad IV. Gestión posterior al evento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Actividades promocionales para la culminación de un evento 2. Evaluación del evento

V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	
DOCENTES	ESTUDIANTES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Exposiciones magistrales 2. Estudios de casos 3. Discusión dirigida 4. Aprendizaje basado en problemas 5. Ejemplos audiovisuales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión de fuentes bibliográficas electrónicas 2. Participación y debate 3. Investigación de casos y de campo 4. <i>Brainstorming</i>



VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Las estrategias de evaluación sugeridas para la asignatura *Planificación y gestión de eventos* son:

1. Ejercicios de aplicación de los conceptos básicos
2. Desarrollo de eventos
5. Análisis de ejemplos en el aula
6. Debates
7. Pruebas escritas
8. Prácticas en el aula
9. Exposiciones

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TEXTOS

Bibliografía básica general:

- Acebal Neu, A. (2004). *Eventos: un instrumento de comunicación al servicio de la empresa*. Ediciones Deusto (e-Deusto Dossier).
- Aguilera, J. y Camacho, N. (2008). *Gerencia integral de comunicaciones*. Colombia: ECOE Ediciones.
- Carretón, M. y Ramos, I. (2009). *Las relaciones públicas en la gestión de la comunicación interna*. España: AIRP.
- Castillo, A. (2009). *Comunicación organizacional, teorías y estudios*. España: Editorial Clave.
- Fuente, C. (2005). *Manual práctico para la organización de eventos. Técnicas de organización de actos II*. Madrid: Ediciones Protocolo.
- Gómez, C.A. (2008). *Gerencia de eventos especiales*. Venezuela: Liven Editores
- Gutiérrez Zumel, C. (2004). *El evento: un plus en comunicación*. España: Ediciones Deusto, Planeta de Agostini Profesional y Formación.
- Herrero Blanco, P. (2000). *Gestión y organización de congresos operativa, protocolo y ceremonial*. España: Editorial Síntesis.
- Hoyle, L. H. (2002). *Event Marketing: How to Successfully Promote Events, Festivals, Conventions, and Expositions*. Estados Unidos: John Wiley & Sons, Inc.
- Lozada, J. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. España: Ariel.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación*. España: Editorial Dykinson.
- Ramírez Rieckhof, A. (1998). *Organización de eventos*. Lima: Editorial de la UPSMP.
- Rebeil, M. y Ruiz, C. (1998). *El poder de la comunicación en las organizaciones*. México: PyV.
- Sánchez, J. (2001). *Organización de eventos, problemas e imprevistos, soluciones y sugerencias*. Argentina: Editorial Urgeman.
- Van Riel, C. (1997). *Comunicación corporativa*. España: Prentice Hall.



PÁGINAS WEB

Comunicación y Riesgo: <http://www.aeic2012tarragona.org>

Confederación Española de Organizaciones en favor de las Personas con Discapacidad Intelectual (FEAPS): <http://www.feaps.org>

Harvard Business Publishing: <https://cb.hbsp.harvard.edu/cbmp/pages/home>

Harvard Deusto: <http://www.harvard-deusto.com>

Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE): <http://www.igape.es>

Portal Comunicación: www.portalcomunicacion.com

Portal de las Relaciones Públicas: <http://www.rrppnet.com.ar/>

GUÍAS Y MATERIAL DE APOYO

Definidas por el profesor al inicio de cada período académico.

