


| | | |
|---|---|-----------------------------|
|  <small>ELOY ALFARO DE MANABÍ</small> | NOMBRE DEL DOCUMENTO: PROGRAMA ANALÍTICO DE LA ASIGNATURA (POR HORAS-CRÉDITOS) | CÓDIGO: PAA-03-F-001 |
| | PROCEDIMIENTO: ELABORACIÓN, MEJORAMIENTO Y SEGUIMIENTO DEL SÍLABO | REVISIÓN: 1 |
| | | Página 1 de 4 |


PROGRAMA ANALÍTICO DE LA ASIGNATURA: ETIQUETA, PROTOCOLO Y CEREMONIAL

1. CARACTERIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

| | | | | | | |
|--|---|--|------------------------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------|
| Unidad Académica: | UNIDAD ACADÉMICA DE FORMACIÓN TÉCNICAS Y TECNOLÓGICA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, DERECHO Y BIENESTAR | | | | | |
| Carrera: | COMUNICACIÓN PARA TELEVISIÓN, RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO | | | | | |
| Periodo académico: | PRIMERO | | | | | |
| Unidad de Organización Curricular: | PROFESIONAL | | | | | |
| Campo de formación | FUNDAMENTOS TEÓRICOS | | | | | |
| Distribución del tiempo: | Aprendizaje en contacto con el docente | Aprendizaje práctico-experimental | | Aprendizaje autónomo | Total de horas | Créditos |
| | | En contacto con el docente | Sin contacto con el docente | | | |
| | 48 | 0 | 48 | 48 | 144 | 3 |
| Sumilla de la asignatura: (máximo 100 palabras) | La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional, es de fundamentos teóricos, tiene por propósito de emplear los conceptos básicos de la etiqueta, el protocolo y el ceremonial, tanto en sus relaciones interpersonales como interorganizacionales que promuevan su correcto desenvolvimiento social. | | | | | |
| Equipo elaborador: | Dr. Juan Pablo Trámpuz, PhD. Lic. Jhonny Mendoza Bravo, Mg. Lic. Felisa Meza Intriago, Mg. Lic. Oswaldo Patricio Carrión, Mg. | | | | | |

2. OBJETIVOS

| Objetivo vinculado | Objetivo de carrera | Objetivo de la asignatura |
|--|---|--|
| Simular situaciones de resolución de problemas en la aplicación de una gestión de relaciones públicas y protocolo, a partir de técnicas comunicacionales, en la solución de conflictos entre los públicos internos y externos de las organizaciones en la mejora de su eficiencia. | Formar tecnólogos superiores en comunicación para televisión, relaciones públicas y protocolo que intervengan en la producción audiovisual de calidad y en una gestión de relaciones públicas y protocolo desde la implementación técnica de estrategias comunicacionales, de manera ética y socialmente responsable que contribuya al desarrollo sostenible, a la mejora de la | Formar en el empleo de los conceptos básicos de la etiqueta, el protocolo y el ceremonial, tanto en sus relaciones interpersonales como interorganizacionales que promuevan su correcto desenvolvimiento social. |

| | | |
|--|---|-----------------------------|
|  <small>EL DIFUSOR DE MANABÍ</small> | NOMBRE DEL DOCUMENTO: PROGRAMA ANALÍTICO DE LA ASIGNATURA (POR HORAS-CRÉDITOS) | CÓDIGO: PAA-03-F-001 |
| | PROCEDIMIENTO: ELABORACIÓN, MEJORAMIENTO Y SEGUIMIENTO DEL SÍLABO | REVISIÓN: 1 |
| | | Página 2 de 4 |

| | | |
|--|--|--|
| | eficiencia en las organizaciones y la creación de oportunidades. | |
|--|--|--|

3. RESULTADO DE APRENDIZAJE

De la carrera

Aplica los fundamentos de relaciones públicas y gestión de la imagen en la creación, mantenimiento o fortalecimiento de la credibilidad y confianza de una marca u organización.

De la asignatura

Emplear los conceptos básicos de la etiqueta, el protocolo y el ceremonial, tanto en sus relaciones interpersonales como interorganizacionales que promuevan su correcto desenvolvimiento social.

4. CONTENIDOS

Unidad 1. Principios y cultura de la etiqueta y el protocolo

- 1.1. Terminología de etiqueta y protocolo
- 1.2. La etiqueta y netiquette en el ejercicio profesional
- 1.3. La etiqueta en la empresa

Unidad 2. El protocolo en los eventos

- 2.1. Tipos y características de eventos
- 2.2. Los perfiles profesionales en la organización de eventos: el maestro de ceremonia
- 2.3. Cómo proyectar una adecuada imagen empresarial a través del protocolo

Unidad 3. Ceremonial y protocolo en la Empresa

- 3.1. Acciones, técnicas y tácticas del ceremonial
- 3.2. Patrocinio, mecenazgo, protocolo y precedencia
- 3.3. Plan estratégico de ceremonial, comunicación y relaciones públicas

Unidad 4. Redacción institucional y ceremonial

- 4.1. Redacción corporativa
- 4.2. Elaboración de discursos, libretos y guiones para eventos
- 4.3. E-Comunicación


5. METODOLOGÍA

5.1. Ambiente de aprendizaje

En esta asignatura se utilizarán los siguientes ambientes de aprendizaje:

Aulas de clases – Se utilizará para la realización de clases presenciales.

Aula virtual – Se empleará para evidenciar los avances de la asignatura en cuanto a su desarrollo y el progreso de los estudiantes.

| | | |
|---|---|-----------------------------|
|  <small>Uleam</small> <small>EL OYALFARO DE MANABÍ</small> | NOMBRE DEL DOCUMENTO: PROGRAMA ANALÍTICO DE LA ASIGNATURA (POR HORAS-CRÉDITOS) | CÓDIGO: PAA-03-F-001 |
| | PROCEDIMIENTO: ELABORACIÓN, MEJORAMIENTO Y SEGUIMIENTO DEL SÍLABO | REVISIÓN: 1 |
| | | Página 3 de 4 |

Biblioteca virtual – Se empleará para la revisión de textos digitales relacionado con la carrera.
Plataforma On line: Se utilizarán para clases y tutorías sincrónicas

5.2. Procesos y estrategias para el componente de docencia

En lo referente a los procesos y estrategias del componente de aprendizaje en contacto con el docente, se aplicará: conferencia magistral, exposiciones, demostraciones, preguntas comprobatorias, talleres, lluvia de ideas, trabajo en equipo, control de lectura, entre otros.

5.3. Procesos y estrategias para las prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes

En lo que respecta a procesos y estrategias las prácticas de aplicación y experimentación se aplicarán: Guía de observación, estudios de casos, prácticas de laboratorio, demostraciones, talleres, entre otros.

5.4. Procesos y estrategias para el componente autónomo


En los procesos y estrategias del componente autónomo de desarrollarán: informes, estudios de casos, ensayos, trabajos individuales y/o grupales, prácticas autónomas, entre otros. Todo lo mencionado se evidenciará mediante el aula virtual de la institución.

6. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

| Ámbito | Peso | Estrategias |
|---|------|---|
| Actuación (Actividades de docencia) | 20% | Preguntas de comprobación/exploratorias, demostraciones, talleres, exposiciones, otros. |
| Producción (Trabajo Autónomo) | 25% | Informes, ensayos, estudio de casos, prácticas autónomas, trabajos individuales y/o grupales, entre otros. |
| Producción (Práctica y experimentación de aprendizajes) | 25% | Guía de observación, prácticas de laboratorio, demostraciones, prácticas de laboratorio, talleres, entre otros. |
| Acreditación (Evaluación Final) | 30% | Prueba escrita, proyectos, entre otros. |

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

a. Básica:

| | | |
|---|---|-----------------------------|
|  | NOMBRE DEL DOCUMENTO: PROGRAMA ANALÍTICO DE LA ASIGNATURA (POR HORAS-CRÉDITOS) | CÓDIGO: PAA-03-F-001 |
| | PROCEDIMIENTO: ELABORACIÓN, MEJORAMIENTO Y SEGUIMIENTO DEL SÍLABO | REVISIÓN: 1 |
| | | Página 4 de 4 |

Di Génova, A. E. (2018). Relaciones públicas, eventos y ceremonial: gestión integrada: una para todos y todos para una. Ugerman Editor. <https://elibro.net/es/lc/uleam/titulos/78928>

Génova, A. E. D. (2019). Ceremonial empresarial: el ceremonial de relaciones públicas (2a. ed.). Ugerman Editor. <https://elibro.net/es/ereader/uleam/111453?page=7>

Patiño Díaz, L. A. (2012). Etiqueta y protocolo: base de la imagen empresarial. Contribuciones a la Economía. Revista Académica Virtual. B - EUMED. <https://elibro.net/es/ereader/uleam/25122?page=5>

b. Complementaria:

Aced, C. (2018). Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/uleam/titulos/105393>

Chaves, N. (2016). La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional. 1. Editorial GG. <https://elibro.net/es/lc/uleam/titulos/211901>

Coll, P. & Lluís Micó, J. (2018). *Estrategias de publicidad y relaciones públicas en la era digital: los casos de estudio de Wallapop, Westwing y Fotocasa*. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/uleam/titulos/105395>

8. VISADO

| APROBACIÓN Y REGISTRO DEL PROGRAMA ANALÍTICO DE ASIGNATURA | | | |
|--|---|---|---|
| ELABORACIÓN | APELLIDOS Y NOMBRES | | FIRMA |
| | | Dr. Trámpuz Reyes Juan Pablo, PhD. |  |
| | | Lic. Mendoza Bravo Jhonny, Mg. |  |
| | | Lic. Meza Intriago Felisa, Mg. |  |
| | Lic. Carrión Oswaldo Patricio, Mg. |  | |
| REVISIÓN | | APROBACIÓN | |
| |  |  |  |
| | Lic. Felisa Meza Intriago, Mg. Comisión Académica | Dr. Ángel Cristian Mera Macías, PhD. Decano |  |
| FECHA: | 12/05/2023 | FECHA: | 12/05/2023 |

