



**Universidad
Internacional
de Valencia**

De:

 Planeta Formación y Universidades

MEMORIA DE MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE

Nivel	Máster de Formación Permanente
Título	Protocolo, Comunicación y Gestión de Eventos
Centro	Facultad de Artes, Humanidades y Comunicación

Índice

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO.....	3
1.1. Denominación del título.....	3
1.2. Ámbito de conocimiento.....	3
1.3. Especialidades del título.....	3
1.4. Universidad o universidades.....	3
1.5. Centro de impartición.....	3
1.6. Modalidad de enseñanza.....	3
1.7. Número total de créditos.....	3
1.8. Idiomas de impartición.....	4
1.9. Número de plazas ofertadas en el título.....	4
1.10. Calendario de implantación.....	4
1.11. Justificación.....	4
1.12. Objetivos formativos del título.....	5
Objetivos de especialidades.....	5
1.13. Perfiles fundamentales de egreso.....	5
2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE.....	7
3. ADMISIÓN.....	8
Requisitos de Acceso y Criterios de Admisión.....	8
Criterios de acceso generales.....	8
Criterios de acceso específicos.....	9
4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS.....	10
Estructura de las enseñanzas.....	10
Descripción detallada de materias y asignaturas.....	11
5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA.....	22
6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS.....	26

1. DESCRIPCIÓN, OBJETIVOS FORMATIVOS Y JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO.

1.1. Denominación del título

Nivel académico	Máster de Formación Permanente
Denominación	Protocolo, Comunicación y Gestión de Eventos

1.2. Ámbito de conocimiento

Rama	Artes y Humanidades
Ámbito de conocimiento	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas.

1.3. Especialidades del título

No aplica.

1.4. Universidad o universidades

Universidad	Universidad Internacional de Valencia
Título conjunto o interuniversitario	No

1.5. Centro de impartición

Centro	Facultad de Artes, Humanidades y Comunicación
--------	---

1.6. Modalidad de enseñanza

Modalidad	Virtual
-----------	---------

1.7. Número total de créditos

Créditos Obligatorios	54
-----------------------	----

Créditos Prácticas Académicas Externas	0
Créditos Trabajo Fin de Máster	6
Créditos ECTS totales	60

1.8. Idiomas de impartición

Idioma de impartición	Castellano
-----------------------	------------

1.9. Número de plazas ofertadas en el título

Plazas ofertadas	
Número total de plazas	30
Plazas de nuevo ingreso	30

1.10. Calendario de implantación

El **Máster de Formación Permanente en Protocolo, Comunicación y Gestión de Eventos** se implantará en la convocatoria de octubre del curso 2024/2025.

1.11. Justificación

El **Máster de Formación Permanente en Protocolo, Comunicación y Gestión de Eventos** ofrecerá una formación integral y especializada en el campo del protocolo y la planificación y dirección estratégica de eventos, con un enfoque destacado en la gestión de eventos *on-line* y el uso de la inteligencia artificial para mejorar la eficiencia, personalizar experiencias y ofrecer eventos más innovadores.

Los estudiantes adquirirán todos los conocimientos necesarios para la gestión de eventos y protocolo, abordando sus aspectos fundamentales como la organización y planificación de un evento, en qué consiste el protocolo, cómo trabajan las agencias especializadas en la organización de eventos y cómo se realizan las estrategias para gestionar las redes sociales y potenciar el éxito de los eventos. Asimismo, los estudiantes fomentarán su creatividad, perfeccionarán sus habilidades de comunicación y entenderán la importancia del *marketing* en la ejecución de eventos.

La titulación contará con reconocidos profesionales de Atresmedia y académicos de la VIU con una amplia trayectoria en el ámbito del protocolo y la gestión de eventos. La presencia de Atresmedia en el máster ofrece una dilatada experiencia de haber llevado a cabo cientos de eventos de éxito que han girado en torno a la música, el cine, el deporte y el ocio: La carrera «Ponle Freno» y sus premios anuales, el aniversario de Atresmedia, la Convención Anual de KPMG, Planeta y Nissan, el Foro MABS,

Mentes AMI (antes Grandes Profes), Premios ADSL Zone, Premios Influencer, Premios Escala de Interiorismo, graduaciones universitarias, las dos ediciones del foro de Metafuturo, jornadas de UTECA, cientos de premieres de series y películas, ruedas de prensa *on-line* y presenciales, presentaciones de libros, entre otros.

1.12. Objetivos formativos del título

El programa tiene como objetivos formativos:

- 1) Proporcionar una capacitación integral para aquellos que buscan emplearse en el ámbito del protocolo y la organización de eventos, tanto en entidades públicas como privadas.
- 2) Ofrecer una preparación específica para profesionales en posiciones clave dentro de empresas, dotándolos con conocimientos fundamentales en técnicas de protocolo.
- 3) Complementar la formación previa en áreas afines como la comunicación y el *marketing*, proporcionando a los estudiantes una perspectiva más amplia y una visión global aplicable a diversas profesiones.
- 4) Presentar tendencias innovadoras en la organización de eventos y proyectos de relaciones institucionales, adaptadas a las demandas actuales.
- 5) Promover la formación de futuros profesionales del protocolo desde una perspectiva de globalización e internacionalización, considerando las diversas formas de organización en el mundo actual.
- 6) Contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 16 y 8).

1.12.1. Objetivos de especialidades

No aplica.

1.13. Perfiles fundamentales de egreso

Entre los perfiles fundamentales de egreso del **Máster de Formación Permanente en Protocolo, Comunicación y Gestión de Eventos** destacan:

- Director de eventos encargado de planificar, organizar y ejecutar eventos, desde conferencias y seminarios hasta bodas y eventos corporativos.
- Diseñador de eventos que crea y desarrolla conceptos visuales y temáticas para eventos, asegurando una experiencia única y memorable.

- Coordinador de protocolo responsable de asegurar el correcto cumplimiento de las normas protocolarias en eventos oficiales o empresariales, gestionando la logística y coordinando la participación de invitados.
- Gerente de espacios responsable de la gestión y coordinación de espacios para eventos, asegurando que cumplan con los requisitos y expectativas.
- Director de protocolo internacional especializado en normativas y procedimientos protocolarios a nivel internacional, facilitando eventos con participación de diferentes culturas y protocolos.
- Gestor de ferias que organiza y coordina ferias y exposiciones, facilitando la participación de expositores y garantizando una experiencia efectiva para los visitantes.
- Organizador de congresos que planifica y ejecuta congresos, conferencias y eventos académicos, asegurando un entorno propicio para el intercambio de conocimientos.
- Gestor de patrocinios y colaboraciones encargado de establecer y gestionar acuerdos de colaboración y patrocinio para eventos, buscando apoyo financiero y logístico.
- Técnico de producción que gestiona la producción técnica de eventos, asegurando la implementación exitosa de elementos audiovisuales, iluminación y logística técnica.
- *Wedding planner* especializado en la planificación y coordinación de bodas, asegurando que cada detalle refleje las preferencias y deseos de los novios.
- Gerente de *marketing* de eventos que desarrolla estrategias de *marketing* específicas para eventos, maximizando la participación y generando interés en el público objetivo.

2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

CÓDIGO	COMPETENCIAS
C01	Desarrollo de estrategias de comunicación integradas, incluyendo planes de comunicación externa e internos y gestión de la imagen y reputación corporativa
C04	Manejar herramientas de análisis y seguimiento de redes sociales para la toma de decisiones informadas, así como la aplicación de técnicas de SEO, SEM y SMO para mejorar la visibilidad del evento en buscadores y redes sociales.
C05	Diseñar eventos de manera eficiente, teniendo en cuenta todos los aspectos logísticos, comunicativos, temporales y presupuestarios involucrados.
C08	Aplicar sistemas básicos de ordenación protocolaria en diferentes situaciones gestionando la presidencia y el protocolo.
C10	Identificar los riesgos asociados a la realización de eventos, asegurando la seguridad de los participantes mediante la interpretación y la normativa y regulaciones legales aplicables a la producción de eventos.
C16	Gestión de eventos en diferentes ámbitos políticos, culturales, deportivos y universitarios: conocer la legislación específica relacionada con los eventos deportivos, incluyendo regulaciones sobre seguridad, trazado de itinerarios, responsabilidad civil y derechos de los participantes, así como el conocimiento del protocolo universitario y el protocolo institucional.
C18	Identificar potenciales patrocinadores, persuadirlos con propuestas personalizadas y éticas, y conocimiento de las tendencias actuales del marketing de eventos, explorando el uso inteligente de medios tradicionales y digitales.
C20	Desarrollo de liderazgo en la gestión de eventos con la aplicación de la inteligencia emocional para liderar equipos de manera efectiva.
CÓDIGO	HABILIDADES O DESTREZAS
H01	Adquirir habilidades de trabajo en equipo de forma multidisciplinar e interdisciplinar con otros profesionales relacionados con la gestión de eventos
H02	Ser capaz de desarrollar estrategias efectivas para comunicarse con audiencias externas e interna, incluyendo clientes, medios de comunicación, inversores y la comunidad en general, con el objetivo de fortalecer la reputación corporativa y promover una imagen positiva de la organización.
H03	Diseño y puesta en marcha de planes de comunicación integrales que definan objetivos claros, identifiquen audiencias clave y seleccionen tácticas y herramientas adecuadas para alcanzar esos objetivos de manera efectiva.
H07	Ser capaz de utilizar eficazmente una variedad de herramientas y software de gestión de eventos para optimizar la planificación, la logística y la comunicación.
H17	Habilidad para colaborar en la organización y gestión de eventos, desde bodas hasta reuniones empresariales. Manejar las herramientas del protocolo social y empresarial.
H23	Desarrollo de habilidades en la comunicación persuasiva y la oratoria. Construcción y fortalecimiento de la marca personal auténtica y desarrollo de habilidades de narración y argumentación para conectar con audiencias y gestionar eficazmente eventos corporativos.
H24	Capacidad para proporcionar orientación y asesoramiento en la planificación y ejecución de eventos en diversos ámbitos.

CÓDIGO	CONOCIMIENTOS O CONTENIDOS
CC1	Conocer los principios fundamentales de la comunicación corporativa y la gestión de la reputación empresarial.
CC2	Conocimiento de las tendencias actuales en comunicación digital y su impacto en la estrategia de comunicación corporativa.
CC4	Conocer los elementos básicos del protocolo y la etiqueta en eventos, incluyendo precedencias, tratamientos honoríficos y normas de cortesía.
CC5	Conocer los aspectos legales y normativos relacionados con la organización de eventos, incluidos los permisos necesarios y las regulaciones de seguridad.
CC9	Conocimiento en gestión de eventos digitales: familiaridad con los conceptos de planificación estratégica de eventos en <i>streaming</i> , incluyendo la selección adecuada de plataformas y herramientas tecnológicas, la interacción con el público virtual, la monetización de eventos digitales y la evaluación de su efectividad.
CC11	Conocimiento de las normas y procedimientos específicos aplicados en diferentes instituciones españolas, como la Jefatura de Estado, el poder ejecutivo, legislativo y judicial, así como el protocolo militar.
CC12	Conocer en detalle los símbolos nacionales de España, como la bandera, el escudo y el himno, así como comprender su significado y uso en eventos protocolares. Conocer las ceremonias protocolares militares y civiles, así como la etiqueta y comportamiento adecuados en estos contextos.
CC13	Conocimiento de las prácticas y ceremonias protocolares diplomáticas y empresariales, así como la comprensión de las normativas específicas de diferentes regiones del mundo, como la Unión Europea, América y otros países.

3. ADMISIÓN

Requisitos de Acceso y Criterios de Admisión

Criterios de acceso generales

De acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad y la Disposición adicional décima séptima de la LOSU que otorga acceso a titulaciones de formación permanente y a lo largo de la vida. esta Universidad establece las siguientes condiciones de acceso:

- Para acceder al presente Máster de Formación Permanente se deberá estar en posesión de un título oficial de grado universitario u otra titulación equivalente que habilite el acceso a estudios de postgrado oficiales de conformidad con la legislación vigente.
- Las personas que no posean ninguna titulación universitaria habilitante para acceder a las titulaciones de formación permanente y que puedan acreditar experiencia laboral o profesional con nivel competencial equivalente a la formación académica universitaria,

podrán acceder a las enseñanzas universitarias de formación permanente mediante un procedimiento de reconocimiento de la experiencia profesional.

Criterios de acceso específicos

Para el acceso al Máster de Formación Permanente en Protocolo, Comunicación y Gestión de Eventos, los candidatos deberán encontrarse en, al menos, una de las siguientes circunstancias:

- Estar en posesión de una titulación universitaria, preferiblemente en el área de Artes, Humanidades y Comunicación.
- Acreditar experiencia laboral o profesional con nivel competencial equivalente a la formación académica universitaria vinculada al perfil de egreso detallado en la presente memoria.

Criterios de admisión

La **Comisión Académica de Admisiones** examinará los currículos de los candidatos para decidir si proceder con su matriculación, de acuerdo con los perfiles de ingreso y los requisitos de formación previa establecidos.

4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

Estructura de las enseñanzas

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CRÉDITOS ECTS POR TIPO DE MATERIA

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Obligatorias	54
Prácticas Académicas Externas	00
Trabajo de Fin de Máster	6
CRÉDITOS TOTALES	60

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS SEGÚN MATERIAS Y ASIGNATURAS

ESTRUCTURA ACADÉMICA DEL PLAN DE ESTUDIOS		
Materias	Asignaturas	ECTS
Comunicación e Innovación	Comunicación Estratégica en la organización de eventos.	6
Dirección y producción de eventos	Dirección y planificación estratégica de eventos.	6
	Producción de eventos. Presupuesto, normativa y seguridad en el evento.	6
	Dirección y realización de eventos en <i>streaming</i> .	6
El protocolo y la gestión de eventos	Protocolo oficial e institucional.	6
	La organización de eventos diplomáticos y empresariales. Protocolo social.	3
	Gestión de eventos culturales, deportivos y universitarios.	3
Marketing y comunicación digital aplicada a los eventos	Marketing aplicado a la gestión de eventos. Publicidad y patrocinio.	6
	La comunicación de eventos a través de nuevos canales. La IA en la producción del evento.	6
Liderazgo, coordinación de equipos y portavocía	Habilidades directivas y gestión de equipos.	3
	Construcción y potenciación de la marca personal. Formación de portavoces.	3
Trabajo Final de Máster	Trabajo Final de Máster.	6

DISTRIBUCIÓN TEMPORAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER SEMESTRE		
Asignatura	ECTS	Carácter
Comunicación Estratégica en la organización de eventos.	6	OB
Dirección y planificación estratégica de eventos.	6	OB
Producción de eventos. Presupuesto, normativa y seguridad en el evento.	6	OB
Dirección y realización de eventos en <i>streaming</i> .	6	OB
Protocolo oficial e institucional.	6	OB
SEGUNDO SEMESTRE		
Asignatura	ECTS	Carácter
La organización de eventos diplomáticos y empresariales. Protocolo social.	3	OB
Gestión de eventos culturales, deportivos y universitarios.	3	OB
Marketing aplicado a la gestión de eventos. Publicidad y patrocinio.	6	OB
La comunicación de eventos a través de nuevos canales. La IA en la producción del evento.	6	OB
Habilidades directivas y gestión de equipos.	3	OB
Construcción y potenciación de la marca personal. Formación de portavoces.	3	OB
Trabajo Final de Máster.	6	OB

Descripción detallada de materias y asignaturas

MATERIA 1:		
Denominación de la materia	Créditos ECTS	Tipología
Comunicación corporativa	6	Obligatoria
Lenguas	Castellano	
Asignaturas	Temporalización	ECTS
Comunicación Estratégica en la organización de eventos	1º Semestre	6
Contenidos		
Comunicación Estratégica en la organización de eventos		

En la actualidad, la comunicación empresarial desempeña un papel fundamental en la estrategia global de las organizaciones, ya que contribuye a construir y mantener una imagen positiva ante sus diversos grupos de interés. En esta asignatura, se abordarán diversos tipos de comunicación corporativa, tales como la comunicación externa e interna, la gestión de crisis, la responsabilidad social corporativa y la relación con los medios de comunicación. Estos conocimientos son esenciales para la organización y difusión eficaz de eventos, donde la comunicación juega un papel crucial para generar interés, captar la atención de los medios y transmitir el mensaje deseado.

- La comunicación organizacional. Estrategias innovadoras en comunicación externa.
- Construcción y gestión de la identidad corporativa: desarrollo y mantenimiento de la reputación empresarial.
- Organización de la comunicación corporativa: análisis de la estructura y funciones del área de comunicación dentro de la empresa.
- El Rol Estratégico del director de comunicación: Importancia y funciones del Dircom.
- Relaciones con stakeholders: Establecimiento y gestión de relaciones efectivas con diversos grupos de interés, como clientes, medios de comunicación, inversores y comunidad.
- Planificación de Comunicación para Eventos: Identificación de necesidades comunicativas en eventos y aplicación de herramientas específicas, como notas de prensa y material promocional.
- Gestión de Crisis y Responsabilidad Social Corporativa (RSC): Estrategias para manejar situaciones de crisis, comunicar riesgos y promover la responsabilidad social como parte integral de la comunicación empresarial.
- Comunicación interna efectiva: importancia de mantener una comunicación fluida y transparente dentro de la organización para involucrar a los empleados.
- Estrategias de colaboración con influencers: exploración de tácticas para trabajar con influencers y aprovechar su alcance en la promoción de la empresa.
- Ética en la Comunicación Institucional: Consideraciones éticas en la comunicación empresarial, incluyendo la transparencia y el compromiso con la responsabilidad social.

Resultados básicos de aprendizaje

Competencias

C01

Habilidades o destrezas

H01, H02, H03

Conocimientos o contenidos

CC1, CC2

Observaciones

-

MATERIA 2:

Denominación de la materia	Créditos ECTS	Tipología
Dirección y producción de eventos	18	Obligatoria

Lenguas	Castellano	
Asignaturas	Temporalización	ECTS
Dirección y planificación estratégica de eventos	1º Semestre	6
Producción de eventos. Presupuesto, normativa y seguridad en el evento	1º Semestre	6
Dirección y realización de eventos en <i>streaming</i>	1º Semestre	6
Contenidos		
<p>Dirección y planificación estratégica de eventos</p> <p>En esta asignatura se estudian los fundamentos esenciales para la dirección y planificación estratégica de un evento. Se analiza el contexto en el que se desarrollan los eventos, desde su concepción hasta su ejecución, abordando los procesos de trabajo y la definición de objetivos tanto generales como específicos. Se estudia el proceso de elaboración del briefing, junto con la planificación del presupuesto y la asignación de recursos. Además, se profundiza en el diseño del concepto creativo, destacando la importancia de la identidad corporativa en la concepción y ejecución de los actos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contexto del evento. El plan de elaboración de los eventos. Procesos de trabajo. - Definición de objetivos generales y específicos. - El briefing. - Planificación de presupuesto. - Diseño del concepto creativo. La identidad corporativa en los actos. - Diseño de escaleta y guion. - El calendario de trabajo. - Definición estratégica de target. Gestión del mailing. - El anfitrión y los invitados. Tipos y tratamiento. - Diseño y distribución de invitaciones. - Sistemas básicos de ordenación protocolaria. - La ejecución del acto: recibimientos, ubicación, intervenciones y despedidas. - Presidencia y protocolo en los actos: tipos, ordenación y elementos físicos. - Presentación de proyectos. - Investigación y Análisis de Mercado. Análisis de tendencias. - Tecnología y Producción Técnica. Incorporación de tecnología innovadora en el diseño del evento. <p>Producción de eventos. Presupuesto, normativa y seguridad</p> <p>Esta asignatura se centra en los aspectos fundamentales para la producción exitosa de eventos. Se exploran estrategias para gestionar eficazmente el presupuesto, cumplir con la normativa vigente y garantizar la seguridad en todo momento. Se analiza la industria de eventos, el equipo de producción y la planificación de medidas de seguridad. Además, se aborda el uso de tecnología en la producción técnica de eventos y se revisan las fases clave del proceso, desde el montaje hasta la evaluación post-evento.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La industria de eventos y su entorno. - Características, modelos y gestión de las empresas de eventos. - El equipo de producción. Funciones y organigrama. - Presupuesto de Eventos. Estrategias para la gestión eficiente del presupuesto. - Empresas intermediarias. Los proveedores. - Normativa y Regulaciones. Marco legal y normativo aplicable a la producción de eventos. 		

- Permisos y licencias necesarios para la realización de eventos.
- Planificación de medidas de seguridad y emergencia.
- Tecnología y Producción Técnica: Uso de tecnología en la producción de eventos (sonido, iluminación, proyección, etc.).
- Las fases de la producción de eventos: El montaje, la producción del evento, el desmontaje y el cierre.
- La escenografía en los eventos.
- Identificación y evaluación de riesgos en eventos.
- Evaluación y Post-Producción: Cierre de contratos y liquidación de cuentas.

Dirección y realización de eventos en *streaming*

En un mundo cada vez más digitalizado, la realización de eventos en *streaming* se ha convertido en una herramienta crucial para llegar a audiencias globales. Esta asignatura explora la planificación estratégica de eventos en *streaming*, destacando las características y necesidades específicas de este medio. Se estudia la producción y realización de contenidos adaptados al *streaming*, así como la selección de plataformas y herramientas tecnológicas adecuadas. Se hace hincapié en la coherencia en la comunicación y contenido, y en la personalización de plataformas para optimizar la experiencia del usuario.

- Planificación Estratégica de Eventos en *streaming*.
- Características y necesidades del *streaming*.
- Producción y realización de contenidos para *streaming*.
- Selección de Plataformas y Herramientas Tecnológicas.
- Coherencia en la comunicación y contenido. Personalización de plataformas en *streaming*.
- Gestión Técnica y Logística.
- Interacción y Participación del Público.
- Eventos Híbridos.
- Monetización de Eventos en *streaming*.
- Evaluación de eventos en *streaming*.

Resultados básicos de aprendizaje
Competencias
C4, C5, C8, C10
Habilidades o destrezas
HO1, HO7
Conocimientos o contenidos
CC4, CC5, CC9
Observaciones
-

MATERIA 3:		
Denominación de la materia	Créditos ECTS	Tipología
El protocolo y la gestión de eventos	12	Obligatoria

Lenguas	Castellano	
Asignaturas	Temporalización	ECTS
Protocolo oficial e institucional	1º Semestre	6
La organización de eventos diplomáticos y empresariales. Protocolo social	2º Semestre	3
Gestión de eventos culturales, deportivos y universitarios	2º Semestre	3

Contenidos

Protocolo oficial e institucional

El protocolo oficial e institucional es esencial para entender el funcionamiento de las instituciones. En esta asignatura, se analiza el impacto de la Constitución en el protocolo y se estudian en detalle los símbolos nacionales, como la bandera, el escudo y el himno de España, y su significado. Además, se examinan los protocolos específicos de las instituciones españolas, desde la Jefatura de Estado hasta el poder judicial, incluyendo sus normativas y prácticas. Se explora también el protocolo autonómico y local, abordando las diferencias regionales en normativas y actos propios. Por último, se analizan las normas y procedimientos del protocolo militar, así como su identidad y simbología, ceremonias militares, etiqueta y comportamiento.

- La Constitución y su Impacto en el Protocolo.
- Nobiliaria. Símbolos nacionales y su significado: La bandera de España, El escudo de España, El himno de España.
- Protocolo en las instituciones españolas: actos en la Jefatura de Estado, el poder ejecutivo, el poder legislativo y el poder judicial.
- Protocolo autonómico y local español. Normativa de las Comunidades Autónomas, Símbolos y actos propios.
- Protocolo militar. Normas y procedimientos. Identidad y simbología, Ceremonia Militar. Etiqueta y comportamiento.
- El Protocolo de las exequias.

La organización de eventos diplomáticos y empresariales. Protocolo social

Esta asignatura aborda los aspectos fundamentales del protocolo y ceremonial, desde su evolución histórica hasta su aplicación práctica en eventos sociales y empresariales. Se analiza el código de etiqueta, la organización de bodas, el protocolo diplomático internacional y su impacto en la imagen corporativa. Se estudian las normativas del protocolo oficial en distintas partes del mundo y se resalta la importancia de la cortesía en la comunicación escrita y en redes sociales. En el ámbito diplomático, se exploran la historia y funciones de la diplomacia, incluyendo la presentación de cartas credenciales y visitas de Estado. Por otro lado, se examina el protocolo empresarial y su influencia en la imagen corporativa.

- Introducción al Protocolo y al Ceremonial.
- Protocolo en la mesa y etiqueta. Código de vestimenta.
- Organización de eventos sociales. La organización de bodas, evento social por excelencia. Perfil del *Wedding Planner*.
- Protocolo Diplomático. Historia de la diplomacia. Derechos de los Estados. Funciones de la diplomacia. Misiones diplomáticas. La acción diplomática.
- Las organizaciones internacionales y su protocolo.
- Ceremonial diplomático. Presentación de cartas credenciales.
- Las visitas de Estado.
- El protocolo oficial internacional. Normativas básicas.

- El protocolo oficial en la UE. El protocolo oficial en América. El protocolo oficial en otras partes del mundo.
- Precedencias y tratamientos honoríficos.
- Organización de visitas oficiales y recepciones diplomáticas.
- Protocolo empresarial y su impacto en la imagen corporativa. Relaciones sociales e institucionales en los negocios.
- Tipos de actos y presidencias: Organización de reuniones, viajes de negocios y eventos corporativos.
- Las invitaciones. Regalos de empresa. El comedor de empresa.
- La cortesía en los sistemas de comunicación escritos en diferido: el email. La cortesía en los sistemas de comunicación escritos en tiempo real: WhatsApp. La cortesía en las redes sociales.
- Los eventos de RSC y eventos socialmente sostenibles.

Gestión de eventos culturales, deportivos y universitarios

La organización y ejecución de eventos, abarcando desde eventos habituales como inauguraciones y conferencias, hasta eventos deportivos, culturales y universitarios es el objetivo de esta materia. Se exploran los fundamentos del protocolo en cada contexto, incluyendo el ceremonial académico y las tradiciones universitarias. Además, se estudia en detalle la planificación estratégica de eventos deportivos, la seguridad y la legislación asociada, proporcionando a los estudiantes una visión integral de la gestión de eventos en diversos ámbitos.

- La organización y planificación de eventos habituales: inauguraciones, primeras piedras, presentaciones de producto, conferencias, entregas de premios, visitas y viajes.
- Los eventos deportivos. Tipología y modelos de eventos deportivos. La Marca en los eventos deportivos. Fases en la organización de eventos deportivos.
- Comités y áreas de organización. Estructura organizativa del evento. Ceremonias. Estrategia de marketing y patrocinio deportivo. Protocolo de eventos deportivos.
- Trazar los itinerarios, planos y vías de desarrollo de la actividad deportiva.
- Legislación en eventos deportivos. Seguridad y Responsabilidad Civil en eventos deportivos.
- Los eventos culturales: La organización de Exposiciones. Montaje y diseño
- La organización de Festivales y conciertos.
- La organización de congresos.
- Protocolo universitario. Historia y Tradiciones Universitarias: Origen y evolución de las universidades, simbología (escudos, banderas, himnos) y tradiciones específicas de la institución.
- Normativa y Legislación sobre Protocolo Universitario: Marco legal que regula el protocolo en el ámbito educativo y universitario, tanto a nivel nacional como internacional.
- Organización de Actos y Eventos Universitarios: Inauguraciones, graduaciones, conferencias, simposios), fases de organización, elaboración de presupuestos, gestión de invitados y seguridad de eventos.
- Ceremonial Académico: Orden de precedencia, uso de togas y atributos académicos, simbología y su significado en los actos universitarios.

Resultados básicos de aprendizaje
Competencias
C05, C08, C10, C16
Habilidades o destrezas

H01
Conocimientos o contenidos
CC4, CC5, CC11, CC12, CC13
Observaciones
-

MATERIA 4:		
Denominación de la materia	Créditos ECTS	Tipología
Marketing y comunicación digital aplicada a los eventos	12	Obligatoria
Lenguas	Castellano	
Asignaturas	Temporalización	ECTS
Marketing aplicado a la gestión de eventos. Publicidad y patrocinio.	2º Semestre	6
La comunicación de eventos a través de nuevos canales. La IA en la producción del evento.	2º Semestre	6
Contenidos		
<p>Marketing aplicado a la gestión de eventos. Publicidad y patrocinio</p> <p>La aplicación del marketing en la gestión de eventos, desde la planificación de estrategias promocionales hasta la ejecución de campañas publicitarias efectivas es el objetivo de esta materia. Se trabaja la selección de canales de promoción, la identificación de patrocinadores y la evaluación del retorno de inversión. Se enfatiza en prácticas éticas y responsabilidad social corporativa en el contexto del marketing de eventos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Importancia del marketing en la promoción de eventos. Evolución del marketing de eventos y tendencias actuales. - Plan de marketing en un evento - Estrategias de Promoción de Eventos. Desarrollo de campañas promocionales creativas y efectivas. - Selección de canales de promoción (online, offline, redes sociales, etc.). - Medición y seguimiento del rendimiento de las actividades de promoción. - Publicidad en Eventos. Planificación y ejecución de campañas publicitarias para eventos. - Uso de medios tradicionales y digitales en la publicidad de eventos. - Creación de mensajes clave - Evaluación del retorno de la inversión (ROI) en publicidad de eventos. - Financiación de un evento, patrocinio y mecenazgo. - Identificación y segmentación de posibles patrocinadores. - Desarrollo de propuestas de patrocinio persuasivas y personalizadas. - Estrategias de marketing en redes sociales para eventos. - Métodos para medir el impacto de las actividades de marketing y promoción. - Consideraciones éticas y legales en la promoción de eventos. - Responsabilidad social corporativa en las estrategias de marketing de eventos. 		

- Prácticas éticas en la gestión de patrocinios y relaciones públicas.

La comunicación de eventos a través de nuevos canales. La IA en la producción del evento

En esta asignatura, los estudiantes se sumergen en el mundo de la comunicación de eventos a través de nuevos canales digitales y el uso de la inteligencia artificial. Se estudia cómo integrar estrategias de comunicación digital en la planificación y ejecución de eventos. Se abordan temas como la narrativa audiovisual online, el manejo de redes sociales para construir reputación online y la creación de un Social Media Plan integral. Además, se estudian técnicas avanzadas de creación y edición de contenido para diferentes plataformas digitales, También se analiza el papel de los *influencers* y se introduce a las herramientas de inteligencia artificial, explorando cómo pueden mejorar la eficiencia en las relaciones públicas y la gestión de eventos.

- Integración de la estrategia de comunicación digital en los eventos
- Características de la narrativa informativa y audiovisual en entornos on-line en contextos empresariales.
- Redes Sociales y reputación on-line
- Social Media Plan integrado en la producción del evento
- Técnicas y herramientas para la creación y edición de contenidos adaptado a las diferentes redes sociales en tiempo real.
- Metodologías para el seguimiento de las redes sociales.
- Gestión de proyectos de diseño y re-diseño de la web corporativa y aplicaciones móviles.
- Posicionamiento en buscadores: SEO, SEM y SMO.
- Análítica web: Google Analytics y uso de cuadros de mando
- Big Data y Business Intelligence: herramientas para la gestión de datos en contextos de comunicación corporativa
- El papel de los *influencers* en los eventos
- Introducción a las herramientas de IA. Como las nuevas herramientas pueden facilitar el desempeño de las relaciones públicas y optimizar recursos.

Resultados básicos de aprendizaje
Competencias
C18
Habilidades o destrezas
H02, H07
Conocimientos o contenidos
CC2
Observaciones
-

MATERIA 5:		
Denominación de la materia	Créditos ECTS	Tipología

Liderazgo, coordinación de equipos y portavocía	6	Obligatoria
Lenguas	Castellano	
Asignaturas	Temporalización	ECTS
Habilidades directivas y gestión de equipos.	2º Semestre	3
Construcción y potenciación de la marca personal. Formación de portavoces.	2º Semestre	3
Contenidos		
<p>Habilidades directivas y gestión de equipos</p> <p>En esta materia se aborda la importancia del liderazgo y las habilidades directivas en la gestión de eventos. Se exploran los roles del líder de eventos y se enfatiza el desarrollo de la inteligencia emocional, la comunicación efectiva y la motivación del equipo. Se cubren aspectos clave como la gestión del tiempo, el trabajo en equipo, la resolución de conflictos y la gestión del conocimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introducción al liderazgo. Habilidades directivas en la gestión de eventos - Roles y responsabilidades del líder de eventos. - Inteligencia Emocional y su uso en equipos - Desarrollo de habilidades de comunicación y motivación. Bases teóricas - Gestión del Tiempo - Trabajo en Equipo - Comunicación Interpersonal - Conflicto y control del conflicto - Gestión del Conocimiento - Habilidades sociales y técnicas de expresión. - <i>Rol play</i> <p>Formación de portavoces. Construcción y potenciación de la marca personal</p> <p>La importancia de la formación de portavoces radica en su capacidad para representar efectivamente a una organización o individuo frente a diversos públicos, medios de comunicación y situaciones. Los portavoces bien capacitados no solo transmiten mensajes claros y convincentes, sino que también saben manejar adecuadamente situaciones difíciles o crisis, protegiendo la reputación y la imagen de la entidad que representan. En esta asignatura, se ofrece una sólida formación en habilidades comunicativas y estrategias para aquellos que desean desempeñarse como portavoces efectivos y desarrollar una marca personal sólida.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portavocía y oratoria: cómo contar historias persuasivas, argumentar de manera efectiva y convencer a la audiencia. - Estrategias de comunicación emocional y cognitiva: Aplicación de técnicas que impacten tanto en el pensamiento como en las emociones del receptor. - Fundamentos retóricos para el portavoz: elementos clave que permiten al portavoz desenvolverse con soltura frente al público. - Comunicación verbal y no verbal: Comprensión de cómo el lenguaje verbal y los gestos corporales influyen en la comunicación. - Arte de la oratoria: Aprendizaje de las etapas y técnicas para crear discursos efectivos y cautivadores. - Selección y funciones del portavoz: Identificación de las características y roles ideales para un portavoz en diferentes contextos. 		

<ul style="list-style-type: none"> - Actuación del portavoz en eventos corporativos y relaciones mediáticas: Manejo adecuado de la presencia pública en diversas situaciones y ante los medios de comunicación. - El portavoz en situaciones de crisis: Preparación para enfrentar y gestionar crisis de manera efectiva. - Buenas prácticas y errores comunes en la comunicación: Identificación de conductas efectivas y evitación de errores frecuentes en la comunicación - Introducción a la construcción de la Marca Personal: Entendimiento de los conceptos fundamentales y definición de estrategias para su desarrollo. - Utilización de narrativas y <i>storytelling</i> para conectar con la audiencia: Aplicación de técnicas narrativas para crear vínculos emocionales con el público. - Importancia de la autenticidad en la construcción de la Marca Personal: Reconocimiento del valor de la autenticidad para establecer una marca personal sólida y creíble. - Alineación de la imagen personal con los valores y objetivos: Coherencia entre la proyección de la imagen personal y los principios y metas individuales.
Resultados básicos de aprendizaje
Competencias
C05, C20
Habilidades o destrezas
H01, H07, H23
Conocimientos o contenidos
CC1
Observaciones
-

MATERIA 6:		
Denominación de la materia	Créditos ECTS	Tipología
Trabajo Fin de Máster	6	Trabajo Fin de Máster
Lenguas	Castellano	
Asignaturas	Temporalización	ECTS
Trabajo Final de Máster	2º semestre	6
Contenidos		
<p>Desarrollo y defensa de una revisión bibliográfica actualizada en el que el estudiante debe integrar de forma autónoma los conocimientos adquiridos previamente durante el desarrollo del Título. El estudiante desarrollará el Trabajo Fin de Máster bajo la dirección de un profesor tutor, que le guiará durante el desarrollo de este.</p> <p>La evaluación vendrá condicionada por el rigor y la calidad científica del documento escrito, así como por la calidad científica y claridad expositiva durante la defensa.</p>		

Resultados básicos de aprendizaje
Competencias
C01, C05, C08, C10, C16, C18, C20
Habilidades o destrezas
H01, H02, H03, H07, H17, H18
Conocimientos o contenidos
CC1, CC2, CC4, CC5, CC9, CC11, CC12, CC13
Observaciones
-

5. PERSONAL ACADÉMICO Y DE APOYO A LA DOCENCIA

Nº	Formación académica máxima	Titulación	Ámbito de conocimiento	Líneas de investigación, experiencia docente y profesional	Acreditación	Asignaturas
1	Licenciatura	Ciencias de la Información	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas.	<p>Experiencia docente: Profesor del curso de Comunicación Corporativa de Atresmedia Formación, impartiendo la parte de Comunicación y Gestión de Crisis. También es profesor del Master de Radio y Podcasting de la Universidad The Core Schol (Estructura de la Radio en España y Modelos de Negocio). Fue profesor del Master de Comunicación Corporativa en la VIU (Comunicación y Gestión de Crisis).</p> <p>Experiencia profesional: Ferente de Comunicación de Atresmedia Radio (Onda Cero, Europa FM y Melodía FM). Con anterioridad estuvo en Prisa Radio, donde trabajó en programas tanto de la cadena Ser ('A vivir Madrid', 'La ventana', 'A vivir que son dos días', 'Los locos del zapping'...) como de Los 40 Principales ('Anda ya'). Onda Madrid, Radio España, Radio Intercontinental, Terra y El Siglo, y fue promotor del portal enlatele.es. Redacción fundacional del periódico gratuito 20 Minutos, donde a lo largo de los años fue redactor, jefe de local (Sevilla), jefe de Cultura y <i>product manager</i> de la web. Responsable de Comunicación de la Red Española de Desarrollo Rural, entidad dependiente del Ministerio de Agricultura y la Comisión Europea.</p>		Comunicación Estratégica en la organización de eventos.
2	Licenciatura	Administración y Dirección de Empresas	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo.	<p>Experiencia docente: Profesor UEM Madrid Master dirección de Entidades deportivas 2012-2014.</p> <p>Profesor UEM Madrid Master Online dirección comercial 2023-2024.</p> <p>Experiencia profesional: Director de eventos de Atresmedia Eventos</p>		Dirección y planificación estratégica de eventos.
3	Licenciatura	Administración y Dirección de Empresas	Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing,	<p>Experiencia docente: Profesor UEM Madrid Master dirección de Entidades deportivas 2012-2014.</p> <p>Profesor UEM Madrid Master Online dirección comercial 2023-2024.</p> <p>Experiencia profesional: Director de eventos de Atresmedia Eventos.</p>		Producción de eventos. Presupuesto, normativa y

Nº	Formación académica máxima	Titulación	Ámbito de conocimiento	Líneas de investigación, experiencia docente y profesional	Acreditación	Asignaturas
			comercio, contabilidad y turismo.			seguridad en el evento.
4	Licenciatura	Periodismo	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas.	Experiencia profesional: Responsable Congresos y Agencia en Atresmedia Eventos desde 2014 Jefa de prensa. Qué Arte Representantes. 2011-2014 Periodista en Antena 3. 2009-2011 Periodista en Cadena COPE. JUL. 2008-OCTUBRE 2008		Dirección y realización de eventos en <i>streaming</i> .
5	Licenciatura	Filosofía y Letras, especialidad Filología Inglesa.	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas.	Experiencia docente: Colaboradora docente con diversas universidades y organismos estatales y autonómicos, así como con instituciones públicas y privadas: Universidad Internacional de Valencia (VIU), Universidad Internacional de Andalucía, Universidad de Oviedo y Escuela Diplomática de Madrid, Universidad de Sevilla, Universidad Pompeu Fabra, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Universidad Camilo José Cela, Universidad Complutense de Madrid, Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Guardia Real, Escuela Internacional de Protocolo. Experiencia profesional: Cortes Generales. Senado y Congreso de los Diputados. Dirección de Relaciones Institucionales. Departamento de Protocolo. Responsable del Área de Organización de Actos. Senado. Asesoría Jurídica. Responsable de secretaría. Congreso de los Diputados.		Protocolo oficial e institucional.
5	Licenciatura	Periodismo	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas.	Experiencia profesional: Responsable Congresos y Agencia en Atresmedia Eventos desde 2014 Jefa de prensa. Qué Arte Representantes. 2011-2014 Periodista en Antena 3. 2009-2011 Periodista en Cadena COPE. JUL. 2008-OCTUBRE 2008		La organización de eventos diplomáticos y empresariales. Protocolo social.
5	Grado	Óptica y optometría	Ciencias biomédicas.	Experiencia profesional: Responsable de Eventos deportivos de Atresmedia Eventos.		Gestión de eventos culturales, deportivos y universitarios.

Nº	Formación académica máxima	Titulación	Ámbito de conocimiento	Líneas de investigación, experiencia docente y profesional	Acreditación	Asignaturas
5	Licenciatura	Periodismo	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas.	Experiencia profesional: Responsable Comunicación y MKT en Atresmedia Eventos		Marketing aplicado a la gestión de eventos. Publicidad y patrocinio.
5	Grado	Periodismo	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas.	Experiencia profesional: Redactor y reportero en el medio especializado en información televisiva, FórmulaTV. Posteriormente ha sido Community Manager en diversos formatos de la productora de televisión Fremantle España; habiendo trabajado también en el departamento de Comunicación de la misma. A día de hoy trabaja en el departamento de Comunicación de Atresmedia; donde entre otras responsabilidades se encuentra toda la estrategia de redes sociales del departamento. Es especialista en redes sociales y comunicación corporativa, formando parte de proyectos estrechamente relacionados con ambas ramas de la comunicación.		La comunicación de eventos a través de nuevos canales. La IA en la producción del evento.
5	Licenciatura	Psicología	Ciencias sociales, trabajo social, relaciones laborales y recursos humanos, sociología, ciencia política y relaciones internacionales.	Experiencia docente: Habilidades directivas en el Master de Dirección de Empresas audiovisuales (Universidad de Nebrija), Gestión del Talento en el Master en Dirección de Recursos Humanos (EAE), Habilidades directivas en el Master en Dirección de la empresa Audiovisual (Universidad Carlos III), Atracción del talento y Formación en el Master de Dirección de RRHH (VIU). Experiencia profesional: Director de Recursos Humanos de Atresmedia desde. Gerente de Desarrollo de Recursos Humanos de Seguros Génesis y consultor de Recursos Humanos en Fycsa.		Habilidades directivas y gestión de equipos.
5	Licenciatura	Geografía e Historia Investigación aplicada a la Comunicación	Periodismo, comunicación, publicidad y relaciones públicas.	Experiencia docente: Formación en másteres universitarios oficiales y de títulos propios, relacionados con la televisión y medios audiovisuales fundamentalmente, así como en grados de comunicación organizacional. Desde Atresmedia Formación imparte cursos relacionados asimismo con el sector audiovisual (periodismo televisivo y branded podcast), además de otros enfocados a directivos y profesionales de empresa, como la formación de portavoces, la oratoria, la relación entre los profesionales sanitarios y sus pacientes y ayuda en inserción laboral a jóvenes con "capacidades límite" (en colaboración con la Fundación Capacis). Como consultor independiente o asociado en proyectos a grandes consultoras, desarrolla igualmente cursos		Formación de portavoces. Construcción y potenciación de la marca personal

Nº	Formación académica máxima	Titulación	Ámbito de conocimiento	Líneas de investigación, experiencia docente y profesional	Acreditación	Asignaturas
				<p>de portavocía y habilidades de comunicación. Forma parte también del cuerpo docente de escuelas de negocio y de instituciones de apoyo al emprendimiento.</p> <p>Experiencia profesional: Profesional independiente de la comunicación corporativa y de la formación en habilidades de comunicación. Asesora a empresas, organismos oficiales y todo tipo de organizaciones. Además, forma portavoces, diseña y presenta eventos corporativos y crea contenidos audiovisuales. presentador, editor y reportero de los servicios informativos de Antena 3 Televisión, grupo al que sigue vinculado en la actualidad a través de Atresmedia Formación.</p>		

6. RECURSOS MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS.

CAMPUS VIRTUAL DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE VALENCIA

La VIU utiliza el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS en sus siglas en inglés) **Blackboard Learn** como campus virtual.

Se trata de una aplicación de *software* que ofrece herramientas innovadoras con el objetivo de facilitar al profesorado la creación y administración de sus materias y asignaturas.

El campus virtual de la Universidad Internacional de Valencia está organizado en diferentes secciones que ofrecen al estudiante toda la información necesaria para poder seguir sus estudios de forma ordenada.

Esta herramienta permite un adecuado seguimiento y evaluación del proceso de enseñanza y aprendizaje del estudiante, a través del despliegue de sus funcionalidades: centro de retención, centro de calificaciones, etc.

<http://es.blackboard.com/sites/international/globalmaster/Platforms/Blackboard-Learn.html>

REGISTRO DE TÍTULO	
Fecha	Descripción del cambio
25/04/2024	Aprobación por Decano de Facultad
25/04/2024	Aprobación por Calidad y Sostenibilidad
-	Aprobado por CGA