



Universidad
Internacional
de Valencia

Guía didáctica

ASIGNATURA: Construcción y potenciación de la marca personal. Formación de portavoces.

Título: *Máster de Formación Permanente en Protocolo, Comunicación y Gestión de Eventos*

Materia: *Liderazgo, coordinación de equipos y portavocía*

Créditos: 3 ECTS

Código: 11MPCE

Curso: 2024-2025

Índice

1. Organización general.....	3
1.1. Datos de la asignatura.....	3
1.2. Equipo docente	3
1.3. Introducción a la asignatura.....	3
1.4. Competencias y resultados de aprendizaje (<i>transcribir la información de la memoria de verificación</i>)	3
2. Contenidos/temario	6
3. Metodología	7
4. Actividades formativas (<i>adaptar según lo contenido en la memoria de verificación</i>)	7
5. Evaluación.....	8
5.1. Sistema de evaluación.....	8
5.2. Sistema de calificación	9
6. Bibliografía.....	10
6.1. Bibliografía de referencia	10
6.2. Bibliografía complementaria.....	¡Error! Marcador no definido.

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

MATERIA	Liderazgo, coordinación de equipos y portavocía
ASIGNATURA	Construcción y potenciación de la marca personal. Formación de portavoces. 3 ECTS
Carácter	Obligatorio
Cuatrimestre	Segundo
Idioma en que se imparte	Castellano
Requisitos previos	No existen
Dedicación al estudio por ECTS	25 horas

1.2. Equipo docente

Profesor	Dr. / D. <i>Indicar mail campusviu @</i>
-----------------	---

1.3. Introducción a la asignatura

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.

1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

COMPETENCIAS GENERALES

CG.1.- *Diseño, coordinación y ejecución de eventos de manera eficiente, teniendo en cuenta todos los aspectos logísticos, temporales y presupuestarios involucrados*

CG.2.- *Conocer la comunicación persuasiva y oratoria, así como estrategias para manejar situaciones emocionales y cognitivas. Además, aprenden a construir y potenciar una marca personal auténtica, dominando el lenguaje verbal y no verbal y desarrollando habilidades de narración y argumentación para conectar con las audiencias*

CG.3.- *Aplicar sistemas básicos de ordenación protocolaria en diferentes situaciones. Coordinar la ejecución del evento, incluyendo recibimientos, ubicación e intervenciones. Gestión de la presidencia y protocolo*

CG.4.- *Destreza para adaptarse a situaciones imprevistas y resolver problemas de manera proactiva durante la realización de los eventos.*

CG.5.- *Gestión de la reputación online, manejo de situaciones de crisis y comunicación de riesgo. Identificar oportunidades de comunicación con influencers.*

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.1.- *Conocer los principios fundamentales de la comunicación corporativa y la gestión de la reputación empresarial. Conocimiento de las estrategias de gestión de riesgos y crisis para anticipar y manejar posibles contratiempos durante la realización de eventos.*

C.E.2.- *Técnicas de comunicación persuasiva y oratoria, así como estrategias para manejar situaciones emocionales y cognitivas durante las intervenciones públicas*

C.E.3.- *Estudio de la imagen personal con los valores y objetivos de la organización, y evaluación de la eficacia de las intervenciones de los portavoces en diferentes contextos corporativos y mediáticos*

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

RA.1.- *Adquirir habilidades de trabajo en equipo de forma multidisciplinar e interdisciplinar con otros profesionales relacionados con la gestión de eventos*

RA.2.- *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.* RA.3.-

RA.4.- *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.*

RA.5.- *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.*

RA 6.- Capacidad para proporcionar orientación y asesoramiento en la planificación y ejecución de eventos en diversos ámbitos.

2. Contenidos/temario

Tema 1

- 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.

Tema 2

- 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.

Tema 3

- Selección y funciones del portavoz: Identificación de las características y roles ideales para un portavoz en diferentes contextos.
- 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

Tema 4

- Introducción a la construcción de la Marca Personal: Entendimiento de los conceptos fundamentales y definición de estrategias para su desarrollo.
- Utilización de narrativas y *storytelling* 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.

3. Metodología

La metodología de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) se caracteriza por una apuesta decidida en un modelo de carácter e-presencial. Así, siguiendo lo estipulado en el calendario de actividades docentes del Título, se impartirán en directo un conjunto de sesiones, que, además, quedarán grabadas para su posterior visionado por parte de aquellos estudiantes que lo necesitasen. En todo caso, se recomienda acudir, en la medida de lo posible, a dichas sesiones, facilitando así el intercambio de experiencias y dudas con el docente.

En lo que se refiere a las metodologías específicas de enseñanza-aprendizaje, serán aplicadas por el docente en función de los contenidos de la asignatura y de las necesidades pedagógicas de los estudiantes. De manera general, se impartirán contenidos teóricos y, en el ámbito de las clases prácticas se podrá realizar la resolución de problemas, el estudio de casos y/o la simulación.

Por otro lado, la Universidad y sus docentes ofrecen un acompañamiento continuo al estudiante, poniendo a su disposición foros de dudas y tutorías para resolver las consultas de carácter académico que el estudiante pueda tener. Es importante señalar que resulta fundamental el trabajo autónomo del estudiante para lograr una adecuada consecución de los objetivos formativos previstos para la asignatura.

4. Actividades formativas

Durante el desarrollo de cada una de las asignaturas se programan una serie de actividades de aprendizaje que ayudan a los estudiantes a consolidar los conocimientos trabajados.

A continuación, se relacionan las actividades que forman parte de la asignatura:

1. Actividades de carácter teórico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas por el profesor de la asignatura destinadas a la adquisición por parte de los estudiantes de los contenidos teóricos de la misma. Estas actividades, diseñadas de manera integral, se complementan entre sí y están directamente relacionadas con los materiales teóricos que se ponen a disposición del estudiante (manual, SCORM y material complementario). Estas actividades se desglosan en las siguientes categorías:

- a. Clases expositivas
- b. Sesiones con expertos en el aula
- c. Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales
- d. Estudio y seguimiento de material interactivo

2. Actividades de carácter práctico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas y supervisadas por el profesor de la asignatura vinculadas con la adquisición por parte de los estudiantes de los resultados

de aprendizaje y competencias de carácter más práctico. Estas actividades, diseñadas con visión de conjunto, están relacionadas entre sí para ofrecer al estudiante una formación completa e integral.

3. Tutorías

Se trata de sesiones, tanto de carácter síncrono como asíncrono (e-mail), individuales o colectivas, en las que el profesor comparte información sobre el progreso académico del estudiante y en las que se resuelven dudas y se dan orientaciones específicas ante dificultades concretas en el desarrollo de la asignatura.

4. Trabajo autónomo

Se trata de un conjunto de actividades que el estudiante desarrolla autónomamente y que están enfocadas a lograr un aprendizaje significativo y a superar la evaluación de la asignatura. La realización de estas actividades es indispensable para adquirir las competencias y se encuentran entroncadas en el aprendizaje autónomo que consagra la actual ordenación de enseñanzas universitarias. Esta actividad, por su definición, tiene carácter asíncrono.

5. Prueba objetiva final

Como parte de la evaluación de cada una de las asignaturas (a excepción de las prácticas y el Trabajo fin de título), se realiza una prueba (examen final). Esta prueba se realiza en tiempo real (con los medios de control antifraude especificados) y tiene como objetivo evidenciar el nivel de adquisición de conocimientos y desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Esta actividad, por su definición, tiene carácter síncrono.

5. Evaluación

5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Portafolio*	60 %
El portafolio estará dividido en distintas actividades, de carácter teórico, de análisis y profesional. El primer día de clase, se anunciará la realización de dichas actividades, que	

se entregarán una vez finalizada la asignatura (se anunciará la fecha de entrega con la suficiente antelación, tanto en primera como en segunda convocatoria).

Sistema de Evaluación	Ponderación
Prueba final*	40 %
El examen constará de 20 preguntas de tipo test.	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar cada apartado (portafolio y prueba final) con un mínimo de 5 para ponderar las calificaciones.**

Los enunciados y especificaciones propias de las distintas actividades serán aportados por el docente, a través del Campus Virtual, a lo largo de la impartición de la asignatura.

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

5.2. Sistema de calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en los siguientes cálculos y términos:

Nivel de aprendizaje	Calificación numérica	Calificación cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 -6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 -4,9	Suspenso

Sin detrimento de lo anterior, el estudiante dispondrá de una **rúbrica simplificada** en el aula que mostrará los aspectos que valorará el docente, como así también los **niveles de desempeño que tendrá en cuenta para calificar las actividades vinculadas a cada resultado de aprendizaje.**

La mención de «**Matrícula de Honor**» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

6. Bibliografía

6.1. Bibliografía de referencia

Camacho, I. (2017). *Formación de portavoces. Cómo conseguir una comunicación efectiva ante los medios y otros públicos*. Barcelona: UOC.

Udaondo, M. (2020). *Comunica. Las claves de la comunicación para el liderazgo*. Madrid: Lid.

6.2. Bibliografía recomendada

Carnegie, D. (2008). *Cómo hablar bien en público e influir en los hombres de negocios*. Barcelona: Elipse.

Pimentel, M. (2019). *Cómo hablar bien en público*. Barcelona: Ediciones Obelisco.

Pino, H. (200). *Hablar para convencer. Cómo expresarse bien en público*. Barcelona: Ediciones Martínez Roca.