

UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRONTUARIO

TÍTULO:	Seminario integrador en producción y mercadeo de eventos especiales
CODIFICACIÓN:	PME 480
PRERREQUISITOS:	Haber completado todos los requisitos departamentales y de concentración y cursar el último semestre de estudios.
CRÉDITOS:	Tres (3) créditos, tres (3) horas semanales un (1) semestre

DESCRIPCIÓN

Este curso seminario integra los conocimientos adquiridos por el estudiante en los cursos de las diversas áreas de producción y mercadeo de eventos especiales que son requisitos. A través del estudio teórico y práctico de temas y problemas pertinentes, el curso propicia la integración de enfoques históricos, legales éticos, teóricos, estéticos y tecnológicos mediante trabajos de investigación o proyectos. Además, se busca la identificación de alternativas profesionales y educativas al completar estudios subgraduados y la preparación al mundo del trabajo.

JUSTIFICACIÓN

El profesional en el área de producción y mercadeo de eventos especiales debe poseer una perspectiva ética, crítica y abarcadora de los temas y problemas que afectan la teoría y la práctica de la profesión. Debe también ser capaz de integrar las destrezas de investigación y los conocimientos adquiridos al desarrollo de proyectos que contribuyan al mejoramiento de la profesión y al mejoramiento de los medios de la industria, así como al beneficio de la sociedad. Este seminario permite al candidato a graduación la oportunidad de profundizar en el estudio de asuntos y problemas históricos, de actualidad, creativos y gerenciales, pertinentes a la producción y mercadeo de eventos especiales, a la vez que refina su capacidad para el análisis crítico, la investigación y la aplicación de sus conocimientos.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, los estudiantes estarán capacitados para:

1. Integrar los aspectos teóricos, éticos y legales, históricos, estéticos y tecnológicos al estudio y la práctica de producción y mercadeo de eventos especiales.
2. Reconocer la necesidad y utilidad de dicha perspectiva integradora en la práctica de la profesión.
3. Fortalecer sus capacidades críticas, investigativas, creativas y las gerenciales.
4. Reconocer la relación entre el ejercicio de su profesión y las consecuencias o impacto de esta profesión en la sociedad.
5. Aumentar el caudal bibliográfico e investigativo relacionado con la producción y mercadeo de eventos especiales.
6. Desarrollar destrezas y estrategias prácticas de la profesión que faciliten su transición al mundo del trabajo.
7. Reflexionar en torno a la teoría, ética y quehacer de la industria de eventos especiales.
8. Utilizar los criterios apropiados para preparar un portafolio gerencial.

CONTENIDO

- I. Aspectos teóricos, creativos y gerenciales de la producción y mercadeo de eventos especiales
 - A. Desarrollo histórico en Puerto Rico
 - B. Aspectos gerenciales
- II. Aspectos éticos de la profesión
 - A. Dilemas éticos
 - B. Análisis de casos
- III. Impacto de la profesión en la comunidad puertorriqueña
 - A. Responsabilidad social
 - B. Creatividad
- IV. Fuentes de información para investigación
 - A. Metodologías
 - B. Bases de datos
- V. Escenarios de trabajo y práctica

- A. La práctica
- VI. En búsqueda de empleo
 - A. La carta de presentación
 - B. El resume
 - C. La entrevista
- VII. El portafolio
 - A. Contenido
 - B. Presentación
- VIII. Futuro de la industria de eventos especiales
 - A. Tendencias
 - B. Tecnología
 - C. Internet
 - D. Otros

ESTRATEGIAS INSTRUCCIONALES

Conferencias, discusiones, análisis de situaciones reales, talleres, trabajo de investigación, visita de conferenciantes de la industria, trabajo en equipo, asignaciones y tareas, informes orales, bibliografías anotadas, multimedios y recursos en línea. Taller de la Biblioteca sobre investigación en el Web.

EVALUACIÓN

Asistencia, participación y calidad de la discusión en clase	20%
Ensayos y presentaciones orales	25%
Portafolio	25%
Proyecto final de investigación o creativo	30%
Total	100%

BIBLIOGRAFÍA

Aznar Hugo, Catalán Miguel. (2000). Códigos éticos de publicidad y marketing

Boone, Mary E. (2003) Gerencia interactiva : optimizando la comunicación para implementar estrategias efectivas de negocios.

Boscherini Fabio (2003) Nuevas tecnologías de información y comunicación :los límites en la economía del conocimiento / compiladores.

Christians, C. G., Fackler, M., Rotzoll, K.B. & Kathy B. McKee (2000). Media ethics. Cases and moral reasoning (6 ed.) New York: Longman.

Ferrer Rodríguez, Eulalio. (2002) Publicidad y comunicación

Higueras, Inmaculada. (2001) Valor comercial de la imagen : aportaciones del right of publicity estadounidense al derecho a la propia imagen.

McQuail, D. (2000) Introducción a la teoría de la comunicación de masas (Traductor Ducher, Patrick). Barcelona: Rústica.

Pember, Don R. (2002). Mass Media Law. Boston: McGraw-Hill

Pérez González, Rafael Alberto (2001) Estrategias de comunicación

Wimmer, Roger D. (2001). Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación, Wadsworth Publishing Company.

ENLACES CIBERNÉTICOS

Asoc. de agencias publicitarias de PR www.agenciaspublicitarias.com

Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación www.adecec.com

Asociación Internacional de Relaciones Públicas (IPRA). www.ipra.org

Asociación de Relacionistas Profesionales de Puerto Rico www.relacionistas.com

Business for Social Reponsability www.bsr.org

Becas disponibles www.scholarshipexperts.com/

College View, Your career, your collage, financial aid www.collegeview.com

Council of Graduate Schools: Resources for Students www.cgsnet.org

Communication Research Sitemap www.communicationresearch.org

Cómo hacer el Resumé <http://how-do-i-write-a-resume.com/>

Crain Communications Inc., publishes over 30 consumer, business and trade publications, including Advertising Age, Automotive News, BtoB, Modern Healthcare, Plastics News, business weeklies in Chicago, Cleveland, Detroit and New York and numerous related business Web www.crain.com

CREATIVITY Magazine – 10 yearly ,Crain Comm. Inc www.adcritic.com

Directorio de Medios de Comunicación de todos los países del mundo
www.mediosmedios.com.ar

Formatos y documentos en búsqueda de empleo Whittier career services -
www.whittier.edu

Guidelines for Writing in APA Style
<http://apaguide.net>
www.apastyle.org

International Association of Business Communicators www.iabc.com

Investigación de mercados en Puerto Rico
www.research_research.com

www.survey.com

La Iniciativa de Comunicación www.comminit.com/la/

LexisNexis www.lexis-nexis.com

Cualquier estudiante que necesite acomodo razonable deberá solicitarlo en el Decanato Asociado de Asuntos Estudiantiles.

Derechos Reservados USC
Agosto 2007