

PROGRAMA: MAESTRÍA EN RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN CORPORATIVA

SÍLABO: PROTOCOLO Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.
- 1.2 Malla: P.
- 1.3 Ciclo de estudios: II.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

- Beltrán Bustos, Á., Melchor Cardona, M., & Álvarez Cano, A. (2014). Percepción de los usuarios sobre la imagen corporativa y su relación con la identidad institucional. Universidad Autónoma de Occidente. <https://www.digitaliapublishing.com/a/50977>
- Castillo Esparcia, A. (2009). Relaciones públicas. Teoría e historia. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/20530>
- Costa-Sánchez, C., & Martínez Costa, S. (2018). Comunicación corporativa audiovisual y online: Innovación y tendencias. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/54918>
- Cuadrado Esclapez, C. (2012). Protocolo en las relaciones internacionales de la empresa y los negocios. FC Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/37758>
- Di Génova, A. (2016). Manual de relaciones públicas e institucionales: Estrategias y tácticas relacionales y de comunicación. Ugerman Editor. <https://www.digitaliapublishing.com/a/137122>
- Estanyol Casals, E., García Simón, E., & Lalueza Bosch, F. (2017). ¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/47337>
- Esteban Lario, J. (2014). Comunicación y protocolo empresarial en los países de la zona euro. Dykinson. <https://www.digitaliapublishing.com/a/30429>
- Fajardo Valencia, G., & Nivia Flórez, A. (2016). Relaciones públicas y comunicación organizacional : ejes de la comunicación : guía de conceptos y saberes. Editorial Jorge Tadeo Lozano. <https://www.digitaliapublishing.com/a/40838>
- Fernández Rincón, A. R. (2023). Publicidad, siglo I: un recorrido a través de las ideas. Editorial UOC. <https://www.digitaliapublishing.com/a/127849>
- Fernández Souto, A. (2010). El protocolo internacional en la globalización económica. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/20098>
- García Santamaría, J. (2019). Las nuevas fronteras de la comunicación corporativa. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/69971>
- Goleman, D. (2010). Inteligencia emocional. Editorial Kairos. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/detail.action?docID=678707>

- Gutiérrez Tobar, E. (2016). Competencias gerenciales: habilidades, conocimientos y aptitudes (2a ed.). Ecoe Ediciones. <https://www.digitaliapublishing.com/a/126690>
- López Ligeró, M. (2024). Producción de espectáculos y eventos: Planificación y gestión. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/134027>
- Moreno Company, R. (2023). Gestión de la publicidad y de la comunicación corporativa. Rama Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/133338>
- Merino Gómez, B. (2018). Guía HBR: Inteligencia emocional: Genera confianza e influye. Fortalece las relaciones. Lidera con resiliencia. Editorial Reverte. <https://www.digitaliapublishing.com/a/67795>
- Otero Alvarado, M. (2009). Protocolo y organización de eventos. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/20496>
- Túñez López, M., & Costa-Sánchez, C. (2014). Comunicación corporativa. Claves y escenarios. Universitat Oberta de Catalunya. <https://www.digitaliapublishing.com/a/36922>
- Villanueva López, R., & Thiele Ayala, C. (2016). Gestión de Protocolo. IC Editorial. <https://www.digitaliapublishing.com/a/86747>
-

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

- Carretero Velasco, M. J., & Rangel Pérez, C. (2017). Comunicación estratégica integral frente a publicidad tradicional. aDResearch ESIC: Revista Internacional de Investigación en Comunicación, 15(15), 32–53.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=bb48da7f-ffdb-3312-acdf-eeab806d9754>