



Vicerrectoría Académica
Dirección Curricular y de Docencia
Formato para la Elaboración de Microdiseños de Cursos

1 Identificación del Curso				
1.1 Código	1.2 Nombre del Curso	1.3 Pre-Requisito	1.4 Co-Requisito	
03072802	Etiqueta y Protocolo	N.A.	N.A.	
1.5 No. Créditos	1.6 HAD	1.7 HTI	1.8 HAD: HTI	
02	34	68	1:2	
1.9 Horas presenciales aula clase	1.10 Horas presenciales laboratorio/Salida campo	1.11 Horas Espacios Virtuales	1.12 Total, Horas HAD	
24	10		34	
Obligatorio ☒		Optativo ☐		Libre ☐
Teórico ☐		Practico ☐		Teórico/Practico ☒
1.13 Unidad Académica responsable del Curso				
Tecnología en Gestion Hotelera y Turistica – por ciclos propedéuticos				
1.14 Área de Formación				
Profesional				
1.15 Componente				No aplica ☐
Turismo				

2 Justificación del Curso
Siendo la comunicación entre los seres humanos una habilidad indispensable en el devenir del tiempo, hoy en día no ha dejado de ser diferente, se hace necesario el estudio de la etiqueta y el protocolo en todas las disciplinas de formación académica para un estudiante, pues esto se ha tornado muy importante como parte de la integralidad que debe tener cualquier profesional, más aún en gran medida los estudiantes de los programas de tecnología en gestión hotelera y turística y administración de empresas turísticas y hoteleras por ciclos propedéuticos. Los estudiantes de estos programas son los llamados a asumir el reto de gestionar y dirigir a través de sus futuros cargos en las empresas u organizaciones turísticas del sector, donde les corresponderá apropiarse de diferentes formas de comunicación efectiva dentro de los que cabe mencionar las palabras, los gestos, comunicaciones verbales y escritas entre otros. Las distintas formas de comunicación van a tener una incidencia evidente en las relaciones interpersonales, a su vez que en el clima organizacional de cualquier entidad pública o privada en la que se vayan a desempeñar como futuros egresados. Es relevante mencionar que luego de la globalización y el incremento del uso de las nuevas tecnologías de la información han hecho que las empresas creen su portada a través de la imagen, trato y mensajes que se les ofrecen a sus clientes, para lo cual debe haber un equilibrio adecuado

Formato para la Elaboración de Microdiseños de Cursos

entre quienes van a emitir dichos mensajes y quienes van a percibir el concepto de la empresa a partir de quien construye o refleja el modelo corporativo.

Es importante que en medio de esta realidad no se debe dejar de lado la esencia de los individuos, la cultura y demás rasgos de su autenticidad, no obstante, el aprendizaje de la etiqueta y el protocolo pretende dar al estudiante las herramientas necesarias para aplicar las reglas de un orden ya establecido con el cual se identifican y convergen las diferentes culturas en medio de entornos y eventos multiculturales para con ello propiciar el buen entendimiento entre las diversas culturas. De alguna forma esta cátedra contribuye en el mejoramiento de las relaciones personales y sociales de los estudiantes y condiscípulos de hoy; a futuro ellos asumirán los roles en la sociedad del mañana, en el acompañamiento de todos los aspectos de sus vidas.

3 Competencias por Desarrollar

3.1 Competencias Genéricas

De acuerdo con el proyecto Tunning las competencias genéricas que se desarrollaran en la catedra de Fundamentos de Marketing son:

- Capacidad de comunicación oral y escrita.
- Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.
- Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes.
- Conocimientos básicos sobre el área de estudio y de la profesión u oficio.

3.2 Competencias Específicas

- Conocer los principios básicos de la etiqueta y el protocolo.
- Reconocer las normas del buen comportamiento en eventos sociales y empresariales
- Identificar el buen uso de los elementos que integran el montaje de una mesa formal y su uso durante la ingesta de alimentos.
- Facultar a los estudiantes para que se desempeñen con confianza en diversos eventos y situaciones sociales y empresariales.
- Proporcionar nociones básicas sobre el manejo de imagen a nivel personal y empresarial.

4 Resultados de Aprendizaje del Curso

- Reconoce los conceptos y definiciones de la Etiqueta y el Protocolo y sus principios fundamentales en presentaciones y precedencias.
- Identifica los pasos para la planeación de los eventos, reconoce los tipos y caracteres de estos de acuerdo con su temática y objetivo.
- Diferencia las clases de presupuesto e identifica los proveedores de los eventos, manejo de medios y ruedas prensa para el buen manejo de la imagen de las instituciones.
- Diferencia los conceptos de la etiqueta, de la comunicación verbal, en escrita y redes sociales en ambientes personales y empresariales.
- Identifica el montaje y uso de los cubiertos para diferentes tipos de servicios en bufet y banquetes.



Vicerrectoría Académica
Dirección Curricular y de Docencia
Formato para la Elaboración de Microdiseños de Cursos

• Programación del Curso									
Unidad Temática	Semana	Contenido de Aprendizaje	Evidencias	Actividades Aprendizaje	HAD		HTI		Total, Horas
					Aula Clase	Espacio Virtual	Trabajo dirigido	Trabajo Independiente	
GENERALIDADES	1 - 3	- Introducción a la cátedra. Aspectos generales y normativos. - Conceptos, definiciones, protocolo y principios fundamentales. Etiqueta y definiciones. - Clases de protocolo: Oficial y de estado. - Normas de urbanidad, belleza y elegancia, buenos hábitos de aseo. - Las presentaciones. - Las precedencias - Los eventos de Márketing dentro de la industria de los eventos y tipos de eventos o actos. - Código Ético Mundial para el Turismo. - Artículo 1: Contribución del Turismo al Entendimiento y Respeto entre Hombres y Sociedades. - Artículo 2: El Turismo Instrumento de Desarrollo Personal y Colectivo.	Clase magistral, Observación del desempeño Clase magistral	Video de presentación inicial.	6			12	18
ORGANIZACIÓN	4-8	Planeación, organización,	Clase magistral	Taller en clase,	10			20	30

Formato para la Elaboración de Microdiseños de Cursos

		definición, pasos y características para la planeación de un evento - Diferencia entre etiqueta, protocolo y relaciones públicas. - Funciones del jefe de protocolo. - Los eventos de márketing dentro de la industria de los eventos, actos de comunicación interna y externa. - Tipos y carácter del evento por: su naturaleza, su objetivo y su temática. El recurso humano	Debate y lectura Clase Magistral	conversatorio						
FACTORES EXTERNOS	9-11	- El presupuesto - Los proveedores - Manejo de medios y rueda de prensa. - La imagen y la prensa	Foro Clase Magistral Clase Magistral Salida	Video YouTube	6				12	18
COMPORTAMIENTO Y RECOMENDACIONES	12-14	- La discreción y la ética - Las buenas maneras en los sitios públicos - Redes sociales y netiqueta - El correcto uso del teléfono y celular - La conversación - La correspondencia escrita y virtual, presentación de informes, correos electrónicos - Etiqueta Empresarial, presentación de documentos empresariales.	Clase Practica en Laboratorio de Gastronomía	Clase Practica en Laboratorio de Gastronomía	6				12	18

Formato para la Elaboración de Microdiseños de Cursos

EVENTO ESPECIALES Y ALIMENTOS Y BEBIDAS	15-17	• La etiqueta en la mesa y tipos de servicios. • El lenguaje de los cubiertos y cómo usarlos. • Los buffet y banquetes • Servicio de vinos y cocteles • Invitación, menús, tarjetas VIP y demás impresos para eventos usando las TIC. • Montajes Especiales	Clase Practica en Laboratorio de Gastronomía	Clase Practica en Laboratorio de Gastronomía	6			12	18
Total					34			68	102
Créditos Académicos					2				



Vicerrectoría Académica
Dirección Curricular y de Docencia
Formato para la Elaboración de Microdiseños de Cursos

5 Prácticas de campo (Laboratorios y Salida de Campo)						
Unidad Temática	Fundamentación Teórica	Evidencias	Actividades Aprendizaje	Recursos	Tiempo (h)	Semana
COMPORTAMIENTO Y RECOMENDACIONES	- La correspondencia escrita y virtual, presentación de informes, correos electrónicos - Etiqueta Empresarial, presentación de documentos empresariales.	Clase Practica en Laboratorio de Gastronomía	Desayuno y Almuerzo	Recursos del Laboratorio, Excel y formato de estrategia entregado	3	14
EVENTO ESPECIAL Y ALIMENTOS Y BEBIDAS	- La etiqueta en la mesa y tipos de servicios. - El lenguaje de los cubiertos y cómo usarlos. - Los buffet y banquetes - Servicio de vinos y cocteles	Clase Practica en Laboratorio de Gastronomía	Cena de Gala Fin de Curso Etiqueta y Protocolo	Escenario, natural, entrevista, encuesta y practica en campo	3	16

6 Mecanismos de Evaluación del Aprendizaje			
Resultado de Aprendizaje	Mediación de Evaluación	Mecanismos, Criterios y/o Rúbricas	Semana de Evaluación
Reconoce los conceptos y definiciones de la Etiqueta y el Protocolo y sus principios fundamentales en presentaciones y precedencias.		Video de presentación inicial de estudiantes	3
Identifica los pasos para la planeación de los eventos, reconoce los tipos y caracteres de estos de acuerdo con su temática y objetivo		Evaluación Escrita	8
Diferencia las clases de presupuesto e identifica los proveedores de los eventos, manejo de medios y ruedas prensa para el buen manejo de la imagen de las instituciones.		Diseño de un evento social	11
Diferencia los conceptos de la		Trabajo de Investigación	13

Formato para la Elaboración de Microdiseños de Cursos

etiqueta, de la comunicación verbal, en escrita y redes sociales en ambientes personales y empresariales.			
Identifica el montaje y uso de los cubiertos para diferentes tipos de servicios en bufet y banquetes.		Clases prácticas y Cena de Gala de fin de curso	16 – 17

7 Valoración de los Resultados de Aprendizaje

Valoración	Sobresaliente	Destacado	Satisfactorio	Básico	No Cumplimiento
Fundamentos Cualitativos					
Aplica conocimientos, técnicas y herramientas culinarias para la operación de eventos y servicios gastronómicos	Reconoce los conceptos y definiciones de la etiqueta y el protocolo aplicando a presentaciones y precedencias, así como la planeación de los eventos, comportamiento en la mesa y etiqueta en correos electrónicos y redes sociales.	Reconoce los conceptos y definiciones de la etiqueta y el protocolo para presentaciones y precedencias así como la planeación de los eventos, comportamiento en la mesa y etiqueta en correos electrónicos y redes sociales.	Reconoce parte de los conceptos y definiciones de la etiqueta y el protocolo aplicadas en presentaciones y precedencias así como la planeación de los eventos, comportamiento en la mesa y etiqueta en correos electrónicos y redes sociales.	Reconoce parcialmente algunos conceptos y definiciones de la etiqueta y el protocolo para presentaciones y precedencias así como la planeación de los eventos, comportamiento en la mesa y etiqueta en correos electrónicos y redes sociales.	Se le dificulta reconocer los conceptos y definiciones de la etiqueta y el protocolo para presentaciones y precedencias así como la planeación de los eventos, comportamiento en la mesa y etiqueta en correos electrónicos y redes sociales.

Formato para la Elaboración de Microdiseños de Cursos

8 Recursos Educativos y Herramientas TIC			
N	Nombre	Justificación	Contenido de Aprendizaje
1	Video Beam	Proyección para clase magistral	
2	Laboratorio de Gastronomía	Clases Practicas (Desayunos, Almuerzos, Cenas y montaje de eventos)	• La etiqueta en la mesa y tipos de servicios. • El lenguaje de los cubiertos y cómo usarlos. • Los buffet y banquetes • Servicio de vinos y cocteles
3	Correo institucional	Recepción y envío de información para el aprendizaje	
4	Brightspace	Utilizado para compartir material, dinámicas y apoyar la formación de estudiantes y docentes	

9 Referencias Bibliográficas	
• Libro de estilo del protocolo oficial y las relaciones institucionales Portugal Bueno, María del Carmen ; Hernández Martínez, Salvador 2011 • Eventos y protocolo Jiménez-Morales, Mònika ; Panizo Alonso, Julio M 2017 • Contreras, Elvira A. Etiqueta y protocolo, como organizar eventos sociales. Editorial Diana, México, 1998. • Protocolo y Etiqueta • <i>Portal sobre la etiqueta, el saber, la cortesía y las buenas maneras. Good manners and Etiquette. www.protocolo.org/</i> • <i>Etiquette for Dummies de Sue Fox, Wiley Publishing, Inc 2006</i> • <i>Gestión y marketing en servicios turísticos, Manuel Hernán Aguirre Sotomayor, Ecoes ediciones 2014, segunda edición.</i> • Código ético mundial para el turismo 2006 (Art. 9) https://www.unwto.org/es/codigo-etico-mundial-para-el-turismo	



Director de Programa

Decano Facultad