

NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LOS EVENTOS

Grado en Organización de Eventos,
Protocolo y Relaciones Institucionales
2018-2019

www.protocoloimep.com

1_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	
Nuevas tecnologías aplicadas a los eventos	

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
4.5 ECTS	Básica	Cuarto	Primero

Titulación	Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
Centro	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3 Alicante
Aula teoría	AULA 2/ PLANTA 3
Aula práctica	AULA 2/ PLANTA 3
Idioma	Castellano

PROFESORADO	
Nombre	e-mail
Mario Guilló	mario.guillo@protocoloimep.com

HORARIO		
Clase	Fechas salidas académicas Fechas "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Jueves 16:00h a 19:00h		1 de Febrero jueves

2_ CONTEXTUALIZACIÓN

La implementación de las nuevas tecnologías en los eventos, la optimización de los recursos novedosos que aportan y el uso intensivo de las redes sociales están transformando la manera en cómo se planifican, ejecutan y evalúan los eventos. Aplicaciones móviles, códigos QR, redes sociales, eventos híbridos, retransmisión de vídeo realizado en HD, *video mapping*, tarjetas de visita electrónica, entre otros, son algunos ejemplos de las múltiples tecnologías que hoy tiene disponible un gestor de eventos para promover la innovación y trascendencia de este tipo de actividades como herramientas de comunicación y relación integral para las organizaciones, respondiendo a las demandas actuales del entorno laboral y favoreciendo su especialización como futuro profesional digital.

La aproximación al concepto de Sociedad de la información y la comunicación desde una perspectiva comunicativa y relacional, la adquisición de competencias informacionales, digitales y comunicativas pertinentes para la detección de tendencias tecnológicas en el sector y el estudio de estrategias, tácticas y herramientas de *Social Media* para la gestión de eventos innovadores dota a los alumnos y alumnas de conocimientos y recursos que les habilitarán como profesionales competentes en el descriptor de la asignatura: "La Sociedad de la Información y del Conocimiento y sus implicaciones en la gestión de eventos innovadores. Comunicación interactiva, web social y participación activa de los *stakeholders*."

Tendencias tecnológicas para mejorar la financiación, productividad, visibilidad e impacto en la gestión de eventos. Estrategias inclusivas de apropiación social para la adopción tecnológica desde la idiosincrasia del territorio.”

2.1_Recomendaciones para la asignatura.

Interés por el continuo conocimiento y el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, junto al reconocimiento de su importancia en el contexto social global y en su aplicación específica a la creación, producción y gestión de eventos innovadores.

2.2_Mecanismos de Coordinación Docente.

En la actualidad dentro de IMEP, se ha creado la figura del Coordinador del Grado, que recae en la figura del Director de Grado.

Será él quien se encargue de establecer las reuniones necesarias para:

- Coordinar las actividades docentes dentro de una misma área de especialización.
- Compartir recursos y materiales docentes.
- Poner en común criterios que aplican los docentes para evaluar la adquisición.
- Revisar contenidos y métodos para evitar las duplicidades entre asignaturas.
- Intercambiar experiencias docentes.

3_ COMPETENCIAS

3.1_Competiciones generales (transversales) y Competencias específicas.

COMPETENCIAS GENERALES

CG6 - Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos.

CG11 - Capacidad de trabajo en equipo - Exclusivamente grupo presencial

COMPETENCIAS ESPECIFICAS

CE7 - Capacidad para desarrollar proyectos organizativos de eventos mediante la planificación de recursos, herramientas tecnológicas y ajustándose a un presupuesto previo.

CE8 - Capacidad para desarrollar proyectos organizativos sectoriales

4_ CONTENIDOS.

4.1_ TEORIA Y PRÁCTICA

TEMA 1: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS

- Herramientas, apps y plataformas aplicadas a la gestión de eventos.
- Tecnologías audiovisuales aplicadas a la producción de eventos.

TEMA 2: CAMBIO SOCIAL Y TECNOLÓGICO

- TICs y Sociedad de la Información: evolución y tendencias.
- Innovación aplicada a la organización de eventos.

TEMA 3: TENDENCIAS EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

- Metodologías y herramientas para la identificación y análisis de tendencias.
- Monitorización de información estratégica en el sector de los eventos.

TEMA 4: TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING DE EVENTOS

- Social Media Marketing: tipología de redes sociales, clasificación y aplicación en la organización de eventos.
- Email marketing aplicado a la organización de eventos.
- Estrategias SEO aplicadas a la organización de eventos.
- Estrategias PPC aplicadas a la organización de eventos.
- Analítica web y KPIs en organización de eventos.

5_ METODOLOGÍA

5.1_PRESENCIAL

Se propone una metodología que estimule la educación activa y participativa del alumnado y mejorar sus perspectivas de empleabilidad y desarrollo profesional. Así pues, el trabajo didáctico estará fundamentado en:

- Combinación de clases sobre contenidos teóricos y actividades prácticas, entendidas como análisis, discusión y aportaciones del alumnado.
- Acompañamiento al alumnado en el desarrollo de sus entregables.
- Networking con profesionales invitados a compartir experiencias.

5.2_A DISTANCIA

Para los alumnos que elijan la modalidad no presencial, la asignatura ofrecerá en su Aula Virtual los mismos contenidos teóricos y prácticos realizados para su modalidad presencial. El profesor tutelaré el aprendizaje de dichos contenidos por parte del alumnado de manera individual mediante videoconferencia en Aula Virtual con periodicidad mensual. Así pues el trabajo didáctico será:

- Sesiones y materiales online sobre contenidos teóricos y actividades prácticas, entendidas como análisis, discusión y aportaciones del alumnado.
- Acompañamiento al alumnado en el desarrollo de sus entregables.

5.3_ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Si se diera el caso, realizar la ubicación del alumnado con discapacidades auditivas y visuales en sitios preferenciales próximos a los elementos de monitorado, tanto de imagen como de audio. Ofrecer la posibilidad de que la monitorización sea individualizada mediante dispositivo Bluetooth.

En caso de discapacidad física del alumno, atender las indicaciones de la dirección ante ese específico.

6_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Adquirir competencias informacionales, digitales y comunicativas para la organización de eventos innovadores.
2. Detectar tendencias tecnológicas para la innovación en el sector.
3. Adaptar tendencias tecnológicas a proyectos organizativos de eventos específicos.
4. Dominar el uso de herramientas online y apps orientadas al diseño y producción de eventos.
5. Gestionar herramientas digitales para la implementación de estrategias de marketing online.

7_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

7.1_PRESENCIAL

CONVOCATORIA ORDINARIA:

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos y casos prácticos en clase, previo estudio individual por parte del alumno. También se podrá establecer un trabajo en grupo.

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- los exámenes (60%),
- los trabajos de curso (30%),
- y el nivel de participación en las clases (10%).

El examen constará de dos partes, una teórica (2/3 de puntuación), y una práctica (1/3 de puntuación).

CONVOCATORIA EXTRA ORDINARIA:

La nota final del curso únicamente tendrá en cuenta una prueba escrita (100%).

7.2_A DISTANCIA

CONVOCATORIA ORDINARIA:

La evaluación será continuada. El alumno deberá realizar una serie de trabajos que consistirán en la resolución y discusión de artículos y casos prácticos a través del aula virtual, previo estudio individual por parte del alumno. También se podrá establecer un trabajo en grupo.

La nota final será el resultado de una media ponderada que tenga en cuenta:

- los exámenes (60%),
- los trabajos de curso (30%),
- y el nivel de participación en las actividades planteadas dentro del aula virtual (10%).

El examen constará de dos partes, una teórica (2/3 de puntuación), y una práctica (1/3 de puntuación).

CONVOCATORIA EXTRA ORDINARIA:

La nota final del curso únicamente tendrá en cuenta una prueba escrita (100%).

8_ PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
ASISTENCIA A CLASES TEÓRICAS	25
ASISTENCIA A CLASES PRÁCTICAS	20
ASISTENCIA A SEMINARIOS, CLARLAS O CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA	8
TAREAS AUTÓNOMAS	50
ASISTENCIA A TUTORIAS	4.5
VISITA A INSTALACIONES O EMPRESAS	5
TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO	112.5

8.1_PRESENCIAL / A DISTANCIA (en ambas modalidades se sigue el mismo plan)

Presentación Asignatura			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
	Presentación y Puesta en Común de la guía docente. Dinámica de introducción a la asignatura		

TEMA 1: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS			Semana 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,2,3,4	Exposición/ Presentación teórica		
1,2,3,4	Actividades individuales y grupales	Entrega y Puesta en Común (escala de 0 a 3)	

TEMA 1: TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS			Semana 5
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,2,3,4	Exposición/ Presentación teórica		
1,2,3,4	Actividades individuales y grupales	Entrega y Puesta en Común (escala de 0 a 3)	

TEMA 2: CAMBIO SOCIAL Y TECNOLÓGICO			Semana 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,2,3	Exposición/ Presentación teórica		
1,2,3	Actividades individuales y grupales	Entrega y Puesta en Común (escala de 0 a 3)	

TEMA 3: TENDENCIAS EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS			Semana 3
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,2,3	Exposición/ Presentación teórica		
1,2,3	Actividades individuales y grupales	Entrega y Puesta en Común (escala de 0 a 3)	

TEMA 4: TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING DE EVENTOS			Semana 6
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje

1,5	Exposición/Presentación teórica		
1,5	Actividades individuales y grupales	Entrega y Puesta en Común (escala de 0 a 3)	

TEMA 4: TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING DE EVENTOS			Semana 7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,5	Exposición/Presentación teórica		
1,5	Actividades individuales y grupales	Entrega y Puesta en Común (escala de 0 a 3)	

TEMA 4: TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING DE EVENTOS			Semana 8
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,5	Exposición/Presentación teórica		
1,5	Actividades individuales y grupales	Entrega y Puesta en Común (escala de 0 a 3)	

TEMA 4: TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING DE EVENTOS			Semana 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,5	Exposición/Presentación teórica		
1,5	Actividades individuales y grupales	Entrega y Puesta en Común (escala de 0 a 3)	

TEMA 4: TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING DE EVENTOS			Semana 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,5	Exposición/Presentación teórica		
1,5	Actividades individuales y grupales	Entrega y Puesta en Común (escala de 0 a 3)	

TEMA 4: TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING DE EVENTOS			Semana 11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,5	Exposición/Presentación teórica		
1,5	Actividades individuales y grupales	Entrega y Puesta en Común (escala de 0 a 3)	

TEMA 4: TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING DE EVENTOS			Semana 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1,5	Exposición/Presentación teórica		
1,5	Actividades individuales y grupales	Entrega y Puesta en Común (escala de 0 a 3)	

Prueba Final			Semana 13
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
	Examen final	Individual	

9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

9.1_ ESPECÍFICA

- Atzori, L., Iera, A., & Morabito, G. (2010). The Internet of Things: A survey. *Computer networks*, 54(15), 2787-2805.
- Bjarin, T. (2014, January 13). "The Next Big Thing for Tech: The Internet of Everything", *Time*. Retrieved from <http://time.com/539/the-next-big-thing-for-tech-the-internet-of-everything/>
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Mexico D.F.: FCE.
- boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brandtzæg, P.B. (2012). Social networking sites: Their users and social implications – a longitudinal study. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(4), 467-488.
- Brandtzæg, P.B., Følstad, A., & Mainsah, H. (2012). Designing for youth civic engagement in social media. *Proceedings of the IADIS International Conference of Web Based Communities and Social Media* (pp. 65-73). July 19-21, Lisbon, Portugal.
- Castells, M. (2005). *La Era de la Información (vol.1): Economía, Sociedad y Cultura. La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2006). Informacionalismo, redes y sociedad red: una propuesta teórica. In: Castells, M. (Ed.) *La Sociedad Red: Una Visión Global* (pp. 27-75). Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. & Himanen, P. (2002). *El estado del bienestar y la sociedad de la información: El modelo finlandés*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza.
- Chesbrough, H. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Boston: Harvard Business School Press.
- DiNucci, D. (1999). Fragmented future. *Print*, 53(4), 2–32.
- Ebersberger, B., Herstad, S., Iversen, E., Som, O. & Kirner, E. (2011). *Open innovation in Europe. PRO INNO Europe. INNO-Grips II report*. Brussels: European Commission.
- Giusto, D., Iera, A., Morabito, G., & Atzori, L. (Eds.). (2010). *The Internet of Things: 20th Tyrrhenian Workshop on Digital Communications*. New York: Springer.
- Guilló, M. (2013). Futures, communication and social innovation: Using participatory foresight and social media platforms as tools for evaluating images of the future among young people. *European Journal of Futures Research*, 1(1) 1-17.
- Harrison, T. M., & Barthel, B. (2009). Wielding new media in Web 2.0: Exploring the history of engagement with the collaborative construction of media products. *New Media & Society*, 11(1-2), 155-178.
- Howe, J. (2006). "The rise of crowdsourcing." *Wired*. Retrieved from <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>