

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS III

Grado Oficial en Organización de Eventos,
Protocolo y Relaciones Institucionales
2019-2020

www.protocoloimep.com

1_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA

Organización de Eventos III.

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
7.5 ECTS	Básica	Tercero	Primero

Titulación	Grado Oficial en Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
Centro	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3
Aula teoría	Planta 4, Aula 3
Aula práctica	Planta 4, Aula 3
Idioma	Castellano

PROFESORADO

Nombre	e-mail
Antonio Bolaños	antonio.bolanos@protocoloimep.com

HORARIO

Clase	Fechas salidas académicas Fechas "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Lunes 9:30h a 11:30h.	Visita a la Sede Central de The Ocean Race Octubre/Noviembre 2019 Visita a Evento por determinar Noviembre/Diciembre 2019	Ordinaria 31/01/2020 10:00 a 12:00 horas Extraordinaria 04/09/2020 12:00 a 14:00 horas

2_ CONTEXTUALIZACIÓN

Esta asignatura establece las bases teóricas de las diferentes áreas relevantes en la Organización de Eventos y tiene el objetivo de ofrecer una perspectiva muy práctica que permita entender dichas bases y enriquecer los conocimientos mediante casos, ejemplos, investigación y trabajo en individual y en grupo. Los eventos se han convertido en uno de los motores de las estrategias de marketing de las empresas y de turismo de muchas ciudades y regiones, por el impacto económico que generan y su imagen de marca. Su complejidad organizativa requiere conocer y gestionar bien

las diferentes áreas para que un evento se realice con éxito. La asignatura aborda aspectos técnicos y organizativos necesarios para poder celebrar un evento con los resultados esperados, con ejemplos prácticos que ayuden a comprenderlos.

2.1_ Recomendaciones para la asignatura.

Se requerirá la utilización de ordenadores con conexión a Internet para la parte práctica de la asignatura.

2.2_ Mecanismos de Coordinación Docente.

IMEP cuenta con la figura del Coordinador del Grado, que recae en la posición del Director de Grado, encargado 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_ Competencias generales (transversales) y Competencias específicas.

COMPETENCIAS GENERALES

1. Capacidad de trabajo en equipo – Exclusivamente grupo presencial (CG11).
2. Conocimiento adecuado de las administraciones, empresas, instituciones, organismos públicos y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para la realización de trabajos y otras actividades (CG3).
3. Capacidad de análisis de la dimensión social de la actividad y la responsabilidad social y corporativa. Sensibilidad para afrontar temas sociales (CG5).
4. Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos (CG6).

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

1. Capacidad de interpretación de las conductas sociales y de consumo y de

las estrategias para la intervención protocolaria (CE1).

2. Capacidad para aplicar las técnicas de administración de empresa en la gestión del protocolo y relaciones institucionales (CE4).
3. Capacidad para desarrollar proyectos organizativos de eventos mediante la planificación de recursos, herramientas tecnológicas y ajustándose a un presupuesto previo (CE7).
4. Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena del proyecto (CE9).

4_ CONTENIDOS.

Se verán a lo largo de las unidades temas relevantes en la organización de eventos, como el marketing experiencial y el nuevo consumidor de marcas, la profesión del organizador de eventos en el ámbito empresarial como herramienta experiencial y la producción de eventos, diseño y planificación. Los contenidos con mayor detalle son:

4.1_ TEORIA (tanto para alumnos presenciales como a distancia).

Unidad didáctica 1: Ingresos de eventos y búsqueda de patrocinadores.

- 1.1. Fuentes de ingresos y financiación de eventos.
- 1.2. El proceso comercial. Búsqueda y activación de patrocinadores.

Unidad didáctica 2: La gestión de operaciones.

- 2.1 Planificación, instalaciones, logística, tecnología.
- 2.2 Gestión de lo inesperado, el plan de crisis.

Unidad didáctica 3: El capital humano del evento.

- 3.1 Selección, reclutamiento e integración del personal. El voluntariado.
- 3.2 Los modelos de gestión y aspectos organizacionales.

Unidad didáctica 4: Aspectos financieros, legales y administrativos.

- 4.1. La presupuestación y el control financiero.
- 4.2. La legislación, contratación y aseguramiento.

Unidad didáctica 5: El protocolo y la experiencia en eventos.

- 5.1. Aspectos relevantes de protocolo en un evento.
- 5.2 El marketing experiencial y su influencia en los eventos.

Unidad didáctica 6: Medios y marketing del evento.

- 6.1 El plan de marketing del evento.
- 6.2 El plan de medios del evento.

Unidad didáctica 7: La estrategia detrás del evento y medición de su impacto.

7.1 Selección y contratación. Integración en el plan estratégico y retorno.

7.2 El impacto de un evento: económico, imagen de marca, mediático y social.

4.2_PRÁCTICA (tanto para alumnos presenciales como a distancia).

Unidad didáctica 1 (práctica 1).

Estudio de fuentes y estrategia de captación de ingresos (evento seleccionado).

Entrega: 6/10/2019. Aula Virtual.

Unidad didáctica 2 (práctica 2).

Análisis de los temas operacionales clave y plan de crisis (evento seleccionado).

Entrega: 20/10/2019. Aula Virtual.

Unidad didáctica 3 (práctica 3).

Modelo de organización y programa de voluntariado (evento seleccionado).

Entrega: 03/11/2019. Aula Virtual.

Unidad didáctica 4 (práctica 4).

Evaluación de los aspectos legales y presupuestarios (evento seleccionado).

Entrega: 17/11/2019 Aula Virtual.

Unidad didáctica 5 (práctica 5).

Planificación de temas protocolarios y experienciales (evento seleccionado).

Entrega: 1/12/2019. Aula Virtual.

Unidad didáctica 6 (práctica 6).

Elaboración de un plan de marketing y de medios (evento seleccionado).

Entrega: 8/12/2019. Aula Virtual.

Unidad didáctica 7 (práctica 7).

Integración estratégica y medición del impacto (evento seleccionado).

Entrega: 22/12/2019. Aula virtual.

5_ METODOLOGÍA

5.1_PRESENCIAL

TEORÍA

En la teoría se utilizará el método de la lección magistral, acompañada con ejemplos prácticos y análisis de casos cortos para que los alumnos puedan entender con un enfoque de aplicación a situaciones reales las explicaciones teóricas previamente recibidas.

Los alumnos contarán con material bibliográfico complementario a la teoría asignada en clase, de modo que puedan cumplimentar la documentación vista con el docente.

PRÁCTICA

Se realizarán en todas las unidades casos cortos prácticos individuales y en grupo durante la clase que ayudarán a comprender las lecciones teóricas.

A su vez hay previstas varias dinámicas de grupo según diferentes técnicas para dinamizar y añadir mas carga práctica.

Se van a usar principalmente grandes eventos deportivos como ejemplos, por el interés que generan y carácter ejemplarizante de las áreas sujetas a estudio. Los alumnos seleccionarán el primer día de clase un evento deportivo o cualquier evento de otra tipología que genere interés general y se formarán grupos de trabajo, cada grupo con uno de los eventos asignados. Al final de cada una de las 7 unidades didácticas los alumnos tendrán que trabajar los aspectos aprendidos mediante el análisis de dichos aspectos en el evento que tengan asignado y entregarlo dos semanas después.

Tras las 14 sesiones en las que se cubrirán las 7 unidades didácticas (2 temas por unidad), se destinará la ultima sesión (15) a presentar al resto de alumnos su evento, en un tiempo acordado, para que todos los alumnos aprendan de sus compañeros y trabajar también la faceta de presentación.

5.2_DISTANCIA

TEORÍA

En la metodología a distancia, el alumno cuenta con toda la documentación (temario y documentación complementaria) colgada en el aula virtual. Se grabarán 14 píldoras con la información principal, dos por unidad, las cuales estarán disponibles en el aula virtual. Por otro lado, el alumno contará con una tutoría online en directo al mes que también quedará grabada (blackboard), en la que el docente trabaja con el alumno la documentación subida en la plataforma, explica temario, resuelve dudas y expone casos

prácticos que ayuden a comprender la teoría. Además, el docente pone a disposición de los alumnos un sistema de tutorías individuales, tanto por correo electrónico como por Skype.

PRÁCTICA

Se van a usar principalmente grandes eventos deportivos como ejemplos, por el interés que generan y carácter ejemplarizante de las áreas sujetas a estudio. Los alumnos seleccionarán el primer día de clase un evento deportivo o cualquier evento de otra tipología que genere interés general. Al final de cada una de las 7 unidades didácticas los alumnos tendrán que trabajar los aspectos aprendidos mediante el análisis de dichos aspectos en el evento que tengan asignado y entregarlo dos semanas después.

Tras las 14 sesiones en las que se cubrirán las 7 unidades didácticas (2 temas por unidad), se presentará el evento asignado en su conjunto en un video, en un tiempo acordado, para trabajar también la faceta de presentación.

5.3_ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

En el caso de tener alumnos con alguna discapacidad, se adoptarán medidas específicas para la atención a la diversidad. Los principios en atención a la diversidad a tener en cuenta en el aula son, en líneas generales son:

- Favorecer la autonomía y el desarrollo personal dentro del marco de las propias posibilidades.
- Cooperación y ayuda entre los alumnos y el profesor con la finalidad de estimular situaciones propicias para la puesta en común de dudas, soluciones o resultados.
- Propiciar la puesta en común de experiencias y vivencias.
- Propiciar la interacción comunicativa entre los alumnos a través del trabajo en parejas o grupos reducidos.

6_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Generales

G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento.

G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.

Específicos

- E1. Conocer las fuentes de recursos y financiación para poder llevar a cabo el evento y las estrategias de comercialización para la búsqueda de dichos recursos.
- E2. Comprender las áreas operacionales clave para la planificación y la celebración del evento, incluyendo planes de crisis.
- E3. El capital humano en un evento. Liderazgo, modelos de organización y gestión de recursos humanos incluyendo voluntariado.
- E4. Entender los aspectos legales, financieros y administrativos esenciales a tener en cuenta a la hora de organizar un evento.
- E5. Tener la perspectiva protocolaria y experiencial para abordar con éxito el evento.
- E6. Analizar los pilares del plan de marketing, tanto para la propia difusión del evento como desde el punto de vista comercial, y la gestión de los medios del evento.
- E7. Conocer las estrategias que motivan la contratación de un evento y la medición de su impacto.

7_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

7.1_PRESENCIAL

ORDINARIA

- A) La evaluación de los alumnos será continua y consistirá, por un lado, en la valoración del alumno a lo largo del curso, tanto en lo referente a asistencia, actitud y participación en las clases, como a los análisis de casos que se establezcan. Esto supondrá un 30% de la evaluación final.
- B) El resto de la evaluación consistirá en un examen dividido en dos partes: una teórica como examen final (40%, con un 4 como nota mínima requerida) y otra práctica con la entrega y presentación del trabajo sobre el evento seleccionado (30%).

EXTRAORDINARIA

La evaluación será un 100% en base a un examen final.

7.2_DISTANCIA

ORDINARIA

- A) La evaluación de los alumnos será continua y consistirá, por un lado, en la valoración del alumno a lo largo del curso, tanto en lo referente a actitud y participación en el aula virtual, como a los análisis de casos que se establezcan. Esto supondrá un 30% de la evaluación final.
- B) El resto de la evaluación consistirá en un examen dividido en dos partes: una teórica como examen final (40%, con un 4 como nota mínima requerida) y otra práctica con la entrega y presentación del trabajo sobre el evento seleccionado (30%).

EXTRAORDINARIA

La evaluación será un 100% en base a un examen final.

8_ PLANIFICIACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
ASISTENCIA A CLASES TEÓRICAS	37.5
ASISTENCIA A CLASES PRÁCTICAS	37.5
ASISTENCIA A SEMINARIOS, CHARLAS O CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA	8
PREPARACIÓN CLASES TEÓRICAS	30
PREPARACIÓN TRABAJO PARA CLASES PRÁCTICAS	40
ASISTENCIA A TUTORIAS	2.5
ESTUDIO DE PREPARACIÓN EXÁMENES	20
VISITA A INSTALACIONES O EMPRESAS	8
REALIZACIÓN DE EXAMENES TEÓRICOS Y PRÁCTICOS	4
TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO	187.5

8.1_PRESENCIAL

Unidad Didáctica 1 - Temas 1 y 2:			Semanas 1 - 2
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.	Práctica 1. Clase Teórica / Trabajo de Casos / Tarea Final	Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final	20 %
E1. Conocer las fuentes de recursos y financiación para poder llevar a cabo el evento y las estrategias de comercialización para la búsqueda de dichos recursos.			

Unidad Didáctica 2 - Temas 3 y 4:			Semanas 3 - 4
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.	Práctica 2. Clase Teórica / Trabajo de Casos / Tarea Final	Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final	12 %
E2. Comprender las áreas operacionales clave para la planificación y la celebración del evento, incluyendo planes de crisis.			

Unidad Didáctica 3 - Temas 5 y 6:			Semanas 5 - 6
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.	Práctica 3. Clase Teórica / Trabajo de Casos / Tarea Final	Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final	12 %

E3. El capital humano en un evento. Liderazgo, modelos de organización y gestión de recursos humanos incluyendo voluntariado.			
---	--	--	--

Unidad Didáctica 4 – Temas 7 y 8:			Semanas 7 - 8
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.	Práctica 4. Clase Teórica / Trabajo de casos / Tarea Final	Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final	12 %
E4. Entender los aspectos legales, financieros y administrativos esenciales a tener en cuenta a la hora de organizar un evento.			

Unidad Didáctica 5 - Temas 9 y 10:			Semanas 9 - 10
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.	Práctica 5. Clase Teórica / Trabajo de casos / Tarea Final	Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final	20 %
E5. Tener la perspectiva protocolaria y experiencial para abordar con éxito el evento.			

Unidad Didáctica 6 – Temas 11 y 12:			Semanas 11 - 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje

<p>G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.</p>	<p style="text-align: center;"><u>Práctica 6.</u> Clase Teórica / Trabajo de casos / Tarea Final</p>	<p style="text-align: center;">Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final</p>	<p style="text-align: center;">12 %</p>
<p>E6. Analizar los pilares del plan de marketing, tanto para la propia difusión del evento como desde el punto de vista comercial, y la gestión de los medios del evento.</p>			

Unidad Didáctica 7 – Temas 13 y 14:			Semanas 13 - 14
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>G1. Conocer las principales áreas técnicas y organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.</p>	<p style="text-align: center;"><u>Práctica 7.</u> Clase Teórica / Trabajo de casos / Tarea Final</p>	<p style="text-align: center;">Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final</p>	<p style="text-align: center;">12 %</p>
<p>E7. Conocer las estrategias que motivan la contratación de un evento y la medición de su impacto.</p>			

8.2_DISTANCIA

Misma distribución que la modalidad presencial con la excepción de las no existencia de intervenciones y trabajos grupales.

9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

9.1_GENERAL

Frank Supovitz (2005). **The Sports Event Management and Marketing Playbook.** Wiley.

Milena M. Parent & Sharon Smith-Swan (2013). **Managing Major Sports Events, Theory and Practice**. *Routledge*.

Vicente Añó (2003). **Organización y gestión de actividades deportivas. Los grandes eventos**. *Inde*.

Bob Stewart (2007). **Sport Funding and Finance** - Bob Stewart. *BH*.

9.2_ESPECIFICA

Yunus D. Saleh (2016). **Crisis Management**. *Mill City Press*.

Kerry Smith & Dan Hanover (2016). **Experiential Marketing**. *Wiley*.

9.3_ACTIVIDADES FORMATIVAS

IMEP cuenta con un programa de actividades formativas extracurriculares a disposición del alumno. Toda la información se puede consultar tanto en el campus virtual, como en la página web del título.

10_TUTORIAS

Esta asignatura no tiene un horario determinado de tutorías semanal. El alumno que esté interesado solicitará al docente a través de correo electrónico, una tutoría personal con el docente ante cualquier duda o aclaración académica que sea necesaria. Tras la recepción del correo, el docente establecerá el horario, fechas y lugar idóneos para su realización.