

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS III

Grado Oficial en Organización de Eventos,
Protocolo y Relaciones Institucionales
2022-2023

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	Por determinar, ver publicado por IMEP para todos los cursos
Aula práctica	Por determinar, ver publicado por IMEP para todos los cursos
Idioma	Castellano

PROFESORADO

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

HORARIO

Clase	Fechas salidas académicas	Fecha Exámenes
Lunes tarde Horario de 16.00 a 20.00, con descanso entre las 18.00 y las 18.30	Programada análisis y asistencia del caso The Ocean Race con base en Alicante el 9 de enero de 2023	Ordinaria presencial el 25 de enero de 2023, de 16.30 a 18.30 Ordinaria distancia el 27 de enero de 2023, de 10.00 a 12.00 Extraordinaria presencial y distancia 5 de septiembre de 2023, de 16.00 a 18.00

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_Competiciones 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, la producción de eventos, diseño y planificación, aspectos financieros y legales, estrategia asociada al evento y recursos humanos. Los contenidos con mayor detalle son:

4.1_ TEORIA (tanto para 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 (para presenciales y distancia).

Unidad didáctica 1 (práctica 1).

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

Presencial y Distancia:

Presentación, Podcast y Artículo del evento seleccionado, según distribución fijada y publicada en el aula virtual – Entregas antes del 5.12, 12.12 y 19.12.

Unidad didáctica 2 (práctica 2).

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

Presencial y Distancia:

Presentación, Podcast y Artículo del evento seleccionado, según distribución fijada y publicada en el aula virtual – Entregas antes del 5.12, 12.12 y 19.12.

Unidad didáctica 3 (práctica 3).

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

Presencial y Distancia:

Presentación, Podcast y Artículo del evento seleccionado, según distribución fijada y publicada en el aula virtual – Entregas antes del 5.12, 12.12 y 19.12.

Unidad didáctica 4 (práctica 4).

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

Presencial y Distancia:

Presentación, Podcast y Artículo del evento seleccionado, según distribución fijada y publicada en el aula virtual – Entregas antes del 5.12, 12.12 y 19.12.

Unidad didáctica 5 (práctica 5).

Planificación de temas protocolarios y experienciales (evento seleccionado).

Presencial y Distancia:

Presentación, Podcast y Artículo del evento seleccionado, según distribución fijada y publicada en el aula virtual – Entregas antes del 5.12, 12.12 y 19.12.

Unidad didáctica 6 (práctica 6).

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

Presencial y Distancia:

Presentación, Podcast y Artículo del evento seleccionado, según distribución fijada y publicada en el aula virtual – Entregas antes del 5.12, 12.12 y 19.12.

Unidad didáctica 7 (práctica 7).

Integración estratégica y medición del impacto (evento seleccionado).

Presencial y Distancia:

Presentación, Podcast y Artículo del evento seleccionado, según distribución fijada y publicada en el aula virtual – Entregas antes del 5.12, 12.12 y 19.12.

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 el estudiantado pueda entender con un enfoque de aplicación a situaciones reales las explicaciones teóricas previamente recibidas. Se solicitará al estudiantado la lectura previa de material y trabajo por anticipado con principios de aula invertida para enriquecer la clase con la participación, el debate y diferentes actividades. El estudiantado contará con material bibliográfico complementario a la teoría asignada en clase, de modo que puedan complementar 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. El estudiantado seleccionará el primer día de clase un evento que genere interés general; durante cada una de las 7 unidades didácticas el estudiantado tendrá que trabajar los aspectos principales de la unidad en el evento que tengan asignado para comentarlo y

debatirlo durante la clase y se irán haciendo presentaciones, podcasts y artículos a modo de colaboración, todo ello según el calendario acordado al inicio de la asignatura. Habrá momentos para repaso en las sesiones en la que se revisarán los podcast y artículos y se darán recomendaciones para presentar.

5.2_DISTANCIA

TEORÍA

En la metodología a distancia, el estudiantado 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 estudiantado contará con varias sesiones (Blackboard), en las que el docente trabaja con el estudiantado 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 del estudiantado un sistema de tutorías individuales, tanto por correo electrónico como por Blackboard (ver apartado 10).

PRÁCTICA

Durante las tutorías semanales online se plantearán casos prácticos y preguntas que dinamicen y ayuden a comprender mejor la asignatura. El estudiantado seleccionará el primer día de clase un evento que genere interés general; durante cada una de las 7 unidades didácticas el estudiantado tendrá que trabajar los aspectos principales de la unidad en el evento que tengan asignado para comentarlo y debatirlo durante la clase y se irán haciendo presentaciones, podcasts y artículos, todo ello según el calendario acordado al inicio de la asignatura. Habrá momentos para repaso en las sesiones en la que se revisarán los podcast y artículos y se darán recomendaciones para presentar.

5.3_ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

En el caso de tener personas 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 el estudiantado 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 el estudiantado 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

Cuadro de criterios generales Presencial y Distancia

<p>Organización de eventos III</p>	<p>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 trabajos que se establezcan. En cualquier caso, todo ello no podrá ser superior al 30% de la evaluación final. El resto de la evaluación consistirá en un examen dividido en dos partes: una teórica y otra práctica.</p>	<p>Grupo a distancia. 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 trabajos que se establezcan. En cualquier caso, todo ello no podrá ser superior al 30% de la evaluación final. El resto de la evaluación consistirá en un examen dividido en dos partes: una teórica y otra práctica.</p>
------------------------------------	--	--

Criterios de evaluación específicos de la asignatura

7.1_PRESENCIAL

CONTINUA ORDINARIA

La evaluación será continua y consistirá, por un lado, en la valoración del estudiantado a lo largo del curso, tanto en lo referente a asistencia (10%), como a la actitud y participación en las clases (10%), por lo que en total esto supondrá un 20% de la evaluación final.

El resto de la evaluación para llegar al 5 mínimo del aprobado será:

- un examen final dividido en dos partes: una teórica (50%, con un 5 como nota mínima requerida en el examen para hacer media y computar con el resto de áreas evaluables, que constará de 14 preguntas tipo test cuyo fallo resta la mitad de un acierto que aportan 7 puntos de la nota del examen y 3 preguntas de tipo desarrollo que aportan 3 puntos de la nota del examen).
- y se examinará también la aplicación práctica de los conocimientos al evento seleccionado, con la presentación a modo de colaboración en clase (10%), el podcast (10%) y el artículo a escribir (10%).

NO CONTINUA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA (ENERO Y SEPTIEMBRE)

La evaluación será un 100% en base a un examen final del tipo mencionado en el apartado anterior, en el que:

- en enero, el test tendrá un peso del 35% y la parte práctica (con el doble de preguntas que el examen en evaluación continua, es decir 6) del 65% (necesario un 5 mínimo global).
- en septiembre, el test tendrá un peso del 50% y la parte práctica del 50% (necesario un 5 mínimo global).

7.2_DISTANCIA

CONTINUA ORDINARIA

La evaluación será continua y consistirá, por un lado, en la valoración del estudiantado a lo largo del curso según su labor continuada de seguimiento de la asignatura y la actitud y participación en los foros y tutorías online (20%).

El resto de la evaluación para llegar al 5 mínimo del aprobado será:

- un examen final dividido en dos partes: una teórica (50%, con un 5 como nota mínima requerida en el examen para hacer media y computar con el resto de áreas evaluables, que constará de 14 preguntas tipo test cuyo fallo resta la mitad de un acierto que aportan 7 puntos de la nota del examen y 3 preguntas de tipo desarrollo que aportan 3 puntos de la nota del examen).
- y se examinará también la aplicación práctica de los conocimientos al evento seleccionado, con la presentación a modo de colaboración en clase (10%), el podcast (10%) y el artículo a escribir (10%).

NO CONTINUA ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA (ENERO Y SEPTIEMBRE)

La evaluación será un 100% en base a un examen final del tipo mencionado en el apartado anterior, en el que:

- en enero, el test tendrá un peso del 35% y la parte práctica (con el doble de preguntas que el examen en evaluación continua, es decir 6) del 65% (necesario un 5 mínimo global).
- en septiembre, el test tendrá un peso del 50% y la parte práctica del 50% (necesario un 5 mínimo global).

POSIBLE ESCENARIO DE EXAMENES ONLINE

En caso de que los rebrotes por Covid-19 obliguen de nuevo al confinamiento y a la adaptación de la docencia universitaria durante el curso 2022/23 al formato no presencial, se realizarían por un lado exámenes a distancia para el grupo presencial y por otro lado exámenes a distancia para el grupo a distancia.

Características de la prueba de evaluación online: Se realizará un examen online con preguntas que aparecerán una por pantalla, de modo secuencial y con un plan de contingencia con examen individual si existieran problemas de conexión.

El Sistema y criterio de evaluación de la asignatura que se ha definido en la guía docente (apartado de Evaluación) será de aplicación durante todo el curso 2022/23 independientemente del formato de presencialidad.

8_ PLANIFICIACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Presencial (horas)

37,5	Clases teóricas
5	Otras Actividades
37,5	Clases prácticas
13,5	Seminarios
26	Trabajos en grupo
7,5	Tutorías
15	Otras actividades: tareas compartidas
10	Preparación clases teoría
22,5	Preparación trabajos clases prácticas
12,5	Estudio de exámenes

Distancia (horas)

27,5	Clases teóricas grupo a distancia
47,5	Clases prácticas grupo a distancia
13,5	Seminarios grupo distancia
26	Trabajos en grupo grupo distancia
7,5	Tutorías grupo distancia
15	Otras actividades: tareas compartidas grupo distancia
10	Preparación clases teoría grupo a distancia
22,4	Preparación trabajos clases prácticas grupo distancia
12,5	Estudio de exámenes grupo distancia
5	Otras actividades grupo a distancia

8.1_PRESENCIAL

Unidad Didáctica 1			
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	14,3 %
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			
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	14,3 %
E2. Comprender las áreas operacionales clave para la planificación y la celebración del evento, incluyendo planes de crisis.			

Unidad Didáctica 3			
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	Práctica 3. Clase Teórica / Trabajo de Casos / Tarea Final	Intervenciones y trabajos individuales y grupales,	14,3 %

casos reales de diferentes eventos.		así como prueba de evaluación final	
E3. El capital humano en un evento. Liderazgo, modelos de organización y gestión de recursos humanos incluyendo voluntariado.			

Unidad Didáctica 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 4. Clase Teórica / Trabajo de casos / Tarea Final	Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final	14,3 %
E4. Entender los aspectos legales, financieros y administrativos esenciales a tener en cuenta a la hora de organizar un evento.			

Unidad Didáctica 5			
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	14,3 %
E5. Tener la perspectiva protocolaria y experiencial para abordar con éxito el evento.			

Unidad Didáctica 6			
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
G1. Conocer las principales áreas técnicas y	Práctica 6.		

<p>organizativas para celebrar un evento. G2. Ver la aplicación práctica con ejemplos y casos reales de diferentes eventos.</p>	<p>Clase Teórica / Trabajo de casos / Tarea Final</p>	<p>Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final</p>	<p>14,3 %</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			
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><u>Práctica 7.</u> Clase Teórica / Trabajo de casos / Tarea Final</p>	<p>Intervenciones y trabajos individuales y grupales, así como prueba de evaluación final</p>	<p>14,3 %</p>
<p>E7. Conocer las estrategias que motivan la contratación de un evento y la medición de su impacto.</p>			

Cronograma y planificación de las clases presenciales:

FECHA	UNIDAD	SESION BB
19.09	PRESENTACION	PRESENTACIÓN
26.09	UNIDAD 1	UD. 1
03.10	UNIDAD 2	UD. 2
10.10	UNIDAD 3	UD. 3
17.10	UNIDAD 4	UD. 4
24.10	UNIDAD 5.1	UD. 5
7.11	UNIDAD 5.2	
14.11	UNIDAD 6.1	UD. 6
21.11	UNIDAD 6.2	
28.11	UNIDAD 7	UD. 7
05.12	EVENTOS UDs 1, 2 y 3	TRABAJO
12.12	EVENTOS UDs 4 y 5	
19.12	EVENTOS UDs 6 y 7	
09.01 10.00 a 14.00	REPASO ASIGNATURA	REPASO
09.01 16.00 a 20.00	SALIDA EVENTO	EVENTO

8.2_DISTANCIA

Ver apartado de Tutorías con las tutorías por tema y por semana que se planifican para el grupo a distancia (similar avance de los temas por fechas que el grupo presencial).

9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

9.1_GENERAL (LIBROS)

Ana Belén Arrogante Ramírez (2018). **Organización de eventos empresariales**. Editorial Paraninfo.

Marco Vázquez Esteban (2018). **Organización de eventos empresariales**. Editorial Síntesis.

Dolores del Mar Sánchez González (2016). **Técnicas de organización de eventos: 6 (Ceremonial y protocolo)**. Editorial Síntesis.

C. Cuadrado Esclapez y Rodriguez Cuadrado (2017). **El abc en La organizacion de eventos**. FC Editorial.

Ainara Rodriguez Zulaica (2018). **Relaciones públicas y organización de eventos de marketing: 48 (Ciclos Formativos)**. Editorial Síntesis.

Pascuala Moreno Buitrago y Esperanza Gloria López Ortuño (2017). **Relaciones públicas y organización de eventos de marketing**. Marcombo Formación.

María del Carmen Córdoba Jarillo (2021). **Relaciones públicas y organización de eventos de marketing**. Editorial Paraninfo.

David Pozas (2021). **Organización de Eventos Deportivos: Paso a paso desde "0"**. Pulsaciones.net.

Charles Bladen, James Kennell, Emma Abson and Nick Wilde (2017). **Events Management, an Introduction**. Editorial Routledge.

Philip Berners (2017). **The practical guide to organising events**. Editorial Routledge.

9.2_ESPECIFICA (LIBROS Y ARTICULOS)

Marta Pulido Polo (2016). **Manual de organización de actos oficiales y empresariales**. Editorial Síntesis.

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

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

Ricardo Taffa - **Sports sponsorship activation** (2017) -
<https://rtrsports.co.uk/blog/what-is-sports-sponsorship-activation/>

Greg Hansen – **What is marketing 3.0** (2018) -
<https://www.startupgrind.com/blog/what-is-marketing-30/>

Laura Herrero and Concepción Campillo - **Experiencia de marca a través de los eventos para generar imagen y reputación corporativa** (2015) -
https://www.researchgate.net/publication/336589926_Experiencia_de_marca_a_traves_de_los_eventos_para_generar_imagen_y_reputacion_corporativa

Eventbrite – **Proving your value: measuring sponsorship return on investment** (2018) -
<https://www.eventbrite.com/blog/sponsorship-roi-ds00/>

Event impacts – **Economic toolkit** (2016) - <https://www.eventimpacts.com/impact-types/economic>

9.3_ACTIVIDADES FORMATIVAS

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

10_ TUTORIAS

Esta asignatura tiene un horario determinado de tutorías individuales para alumnado presencial y a distancia, con periodicidad semanal, que es los lunes de 9.00 a 14.00 del calendario académico en los que se imparte la asignatura. El estudiantado 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 o bien se llevará a cabo online.

Existen días prefijados para la realización de tutorías grupales para al alumnado a distancia sobre cada unidad, que quedarán grabadas (vía Blackboard), según el cronograma que se adjunta a continuación.

Cronograma y planificación de las tutorías grupales para alumnado a distancia (vía Blackboard), en horario de lunes de 14.00 a 15.00:

FECHA	SESION BB
19.09	PRESENTACIÓN
26.09	UD. 1
03.10	UD. 2
10.10	UD. 3
17.10	UD. 4
24.10	UD. 5
7.11	UD. 6
21.11	UD. 7
28.11	TRABAJOS
19.12	REPASO
09.01	EVENTO