

Habilidades
directivas y
gestión de equipos
Máster universitario
en Organización y
Dirección de Eventos
2025-26



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Habilidades directivas y gestión de equipos

Titulación: Máster Universitario en Organización y Dirección de Eventos

Curso Académico: 2025-26

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / A Distancia

Créditos: 2

Curso: 1º

Semestre: 2

Profesores/Equipo Docente: Dña. Lucía Rodríguez Benítez

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Competencias básicas

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Desarrollar la capacidad del aprendizaje autónomo con el fin de adaptarse a un entorno cambiante y con múltiples desafíos, propios del campo de la Comunicación Corporativa y las RR.PP.
- Dominar las técnicas y dinámicas aplicadas a la planificación y producción de eventos
- Trabajar en equipo de forma eficaz en el contexto de la dirección y organización de eventos.
- Aplicar las técnicas de organización y dirección de eventos en el contexto de las empresas e instituciones, atendiendo las necesidades comunicativas de las mismas.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Aplicar en el sector de los eventos las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo

- Conocer en profundidad la aplicación de la legislación, las normas de seguridad y de accesibilidad en eventos
- Manejar las habilidades de comunicación oral para desarrollar de forma eficaz la organización y dirección de eventos.
- Aplicar las distintas formas de financiación, gestión presupuestaria y los diferentes opciones de patrocinio en el campo de la dirección y organización de eventos

Resultados de aprendizaje

Manejo de las dinámicas que incentivan el trabajo en equipo y de las técnicas que facilitan la gestión del talento en la empresa, para la mejor rentabilización de la misma.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Herramientas para la mejora del trabajo en equipo y de las habilidades directivas que potencian el liderazgo: actitudes proactivas y positivas, formación en valores, convicciones y compromisos, relaciones interpersonales y humanas, y el perfil del líder. Estudio avanzado de las técnicas que facilitan la gestión del talento en la empresa para la mejor consecución de los objetivos.

2.3 Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

Presentación de la asignatura.
Explicación de la Guía Docente.

MÓDULO 1. El líder global para un mundo en transformación

Inteligencia emocional.
La ética del líder.
Los rasgos de un líder.
El cambiante contexto político, económico y social. Oportunidades y desafíos.

MÓDULO 2. Pensar y actuar como un líder global. Herramientas para el liderazgo:

La innovación como palanca de transformación personal y organizacional.
Planificación estratégica.
La toma de decisiones. La intuición del líder.
Cómo afrontar la incertidumbre. Manejo de la presión y el estrés.
Gestión del tiempo.
Cómo ganarse el respeto de iguales, subordinados y socios o aliados.

MÓDULO 3. Del grupo al equipo de alto rendimiento

Atraer y retener el talento.
Cómo crear cultura ganadora.
Crear sistemas de responsabilidad para motivar el emprendimiento y la innovación.
Negociación y gestión de conflictos.
Roles de equipo, actitudes y estilos de liderazgo.
El feedback para construir equipo.

MODULO 4. Liderar desde la comunicación.

Escucha empática.
Transmisión de la esencia personal a través del mensaje.
Claves de la oratoria y retórica.
Emoción, persuasión y motivación.
El poder del *Storytelling*. La transcendencia del *stroydoing*.

MODULO 5. Comunicar a través de terceros

Cómo crear ideas poderosas para asegurar su viralización.
El arte de conversar.
La relación con medios y el entendimiento con periodistas.
Cómo posicionar mensajes en entrevistas.
Generar conversación en redes sociales.

MÓDULO 6. Marca personal para el liderazgo organizacional

Cómo hacer un plan de marketing personal.
Hallazgo y desarrollo de un factor diferenciador.
La imagen personal. La esencia como líder.
La diplomacia personal.

MÓDULO 7. Internet y marca personal

La reputación digital.
La web personal.
Presencia y proyección en redes sociales.
La expresión escrita en internet.

MÓDULO 8. Gestión de la reputación organizacional

La influencia de la marca personal a la reputación de la organización.
Medición de la reputación.
Marca y valor añadido de la organización.
Diplomacia organizacional.
Gestión de crisis.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1):

Caso propuesto:

Una empresa de tecnología quiere presentar a sus clientes un nuevo lanzamiento con una jornada que consiste en:

- Recepción y registro de asistentes
- Bienvenida del CEO
- Presentación del equipo técnico que ha trabajado en el nuevo lanzamiento.
- Comida en mesas.

Conflicto: El proveedor de catering os llama el día antes para deciros que la mitad del equipo de camareros no asistirá por un imprevisto. El servicio de comida se ve comprometido y el proveedor adopta una actitud evasiva, negándose a responsabilizarse.

Vuestro rol: **Director/a de una agencia de eventos**, liderando un equipo de 4 personas.

Definir:

1. Tareas previas para organizar este evento.
2. Asignación de roles dentro del equipo
3. Propuestas de solución ante la crisis del servicio de catering.
 - a. Plantear matriz de gestión del tiempo: Urgente vs importante
4. Plantear la reacción como líder en esta situación – el equipo está bloqueado.

Actividad Dirigida 2 (AD2):

Construcción de la idea viral

Deben diseñar una idea usando esta estructura obligatoria:

Frase titular

Debe poder convertirse en titular de prensa.

El ángulo narrativo

Responder:

- ¿Qué tiene de contraintuitivo?
- ¿Qué emoción genera?
- ¿Qué hace que quien lo comparta quede bien?

Test de viralidad

Deben validar su idea con estas preguntas:

- ¿Se entiende en 10 segundos?
- ¿Es defendible?
- ¿Es coherente con la marca?
- ¿Genera conversación?
- ¿Puede un tercero explicarlo fácilmente?

Actividad Final

Del storytelling al storydoing.

Objetivo:

Aprender que un evento no comunica por lo que dice, sino por lo que el asistente vive. Si el concepto necesita explicación, el diseño no está funcionando.

Paso 1 – Storytelling del evento: *esto es una propuesta, pero se deja que el alumno proponga su storytelling y storydoing.

El futuro sigue siendo humano.

¿Qué es lo que las máquinas todavía no pueden hacer?

Objetivo: Aterrizar este lema en algo entendible y tangible.

Paso 2 – Definir la experiencia

Responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Quién viene al evento?
2. ¿Qué ocurre al entrar?
3. ¿Cómo debería salir?

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	15	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	25	0%
AF3	Tutorías	5	50%
AF4	Evaluación	5	100%
		50	

Modalidad a distancia

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	20	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	50	0%
AF3	Tutorías	10	0%
AF4	Evaluación	20	100%
		50	

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación

Modalidad presencial

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final presencial	50%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Porcentaje
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final presencial	60%

Convocatoria Extraordinaria: La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba final presencial extraordinaria y las calificaciones obtenidas por las actividades dirigidas en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar

de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

Modalidad a distancia

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final presencial	60%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Porcentaje
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final presencial	60%

Convocatoria Extraordinaria: La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba final presencial extraordinaria y las calificaciones obtenidas por las actividades dirigidas en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

3.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4 Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Altmann, H. C. (1993). *Momentos estelares del liderazgo*
- Fernández-Aguado, J. (2002). *Liderar. Mil consejos para un directivo*
- Goleman, D. (2000). *La práctica de la inteligencia emocional*
- Natera, A. (2001). *El liderazgo político en la sociedad democrática*
- Daft, R. L. (2007). *The Leadership experience.*
- Valls, A. (2010). *Las 12 habilidades directivas clave.*
- Fernández-Aguado, J. (2002). *El idioma del liderazgo.*
- Durán y Napolitan (2004). *Cien peldaños del poder.*
- Kotter, J. P. (2000). *El líder del cambio.*
- Covey, S. R. (2009). *Principle-centered Leadership*
- Heifetz y Linsky (2004). *Leadership on the line: Staying alive through the Dangers of leading.*

Otros recursos

https://www.youtube.com/watch?v=QA7_g415phc

<https://www.youtube.com/watch?v=0noAwrWY78U>

<https://www.youtube.com/watch?v=RbYvwxjJfq8>

<https://www.instagram.com/reel/DUOXxd0ACIG/>

<https://www.reasonwhy.es/actualidad/ranking-empresas-lideres-mejor-reputacion-merco-2025>

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. Lucía Rodríguez Benítez
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Administración y Dirección de Empresas
Correo electrónico	lrodrigb@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid- San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

<p>Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesional</p>	<p>Experta en marketing y consultoría digital con más de 15 años dirigiendo equipos y proyectos de crecimiento en empresas de tecnología, moda, seguros y servicios digitales.</p> <p>Ha asesorado a compañías como consultora independiente y hoy impulso la estrategia digital de Kyndryl en España y Portugal.</p> <p>Con experiencia como Directora de Marketing, combino visión estratégica, capacidad de gestión y un estilo de liderazgo colaborativo orientado a resultados e innovación.</p>
--	---