

A large, light gray, stylized profile of a man's head and shoulders, facing right. The man is wearing a cap and has a beard. The style is reminiscent of a woodcut or a graphic illustration.

Ecosistema del
sector de los
eventos
**Máster universitario
en Organización y
Dirección de Eventos**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Ecosistema del sector de los eventos

Titulación: Máster Universitario en Organización y Dirección de Eventos

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano.

Modalidad: Presencial / A distancia

Créditos: 2

Curso: 1

Profesores/Equipo Docente: D. Jesús Barreda Miguel

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- 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 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.
- Identificar la estructura y el funcionamiento del área de los eventos en España, su contextualización y relevancia social, profesional y económica.

1.2. Resultados de aprendizaje

Comprender y saber poner en valor el impacto que tienen los eventos como motor económico y movilizador social.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno.

2.2 Breve descripción de los contenidos

Introducción y contextualización del sector, identificando a los profesionales y protagonistas más relevantes del mismo. La importancia de los eventos en el mercado nacional e internacional, y su consolidación como motor económico en el mercado, siempre desde la perspectiva de los eventos como movilizadores sociales y acciones *Below The Line*.

2.3 Contenido detallado

- 1. Evolución de la organización de eventos**
 - 1.1 Introducción y contextualización de los eventos
 - 1.2 Los eventos como herramienta de comunicación de marketing
 - 1.2. Origen de los eventos en España (BTL)
- 2. Análisis Conceptual**
 - 2.1. Status actual y desarrollo del concepto evento
 - 2.2. La importancia de los eventos en la estrategia de comunicación. Evolución
 - 2.3. Del inicio de evento de empresa a la idea de evento como herramienta de marketing
- 3. Evolución de los eventos en España. De los 80 a la actualidad**
- 4. El sector de los eventos. Quién es quién**
 - 4.1 Empresas, agencias y organizaciones que controlan el sector
 - 4.2 Profesionales en la organización de eventos
- 5. La importancia de los eventos como motor económico nacional e internacional**

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): En grupos, cada alumno tendrá que seleccionar un evento de los ejemplos que se han explicado en clase y contextualizarlo según lo aprendido en la asignatura (comparativa con otras técnicas BTL)

Esta actividad supondrá el 20% de la nota de actividades dirigidas.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Identificar a las diferentes empresas y organizaciones que controlan el sector de los eventos, contactad con ellas y realizar una pequeña entrevista a uno de sus protagonistas. Por grupos realizarán una base de datos y contactarán con uno de los profesionales registrados para hacerle una entrevista que expondrán el día indicado por el profesor para entender la fotografía general actual del sector.

Esta actividad supondrá el 20% de la nota de actividades dirigidas.

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	10	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	25	0%
AF3	Tutorías	5	0%
AF4	Evaluación	10	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	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Asistencia y participación	10%	10%
Actividades académicas dirigidas	40%	40%
Prueba final presencial	50%	50%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Actividades académicas dirigidas	40%	40%
Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

Modalidad a distancia

Convocatoria Ordinaria

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

Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Actividades académicas dirigidas	40%	40%
Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 6 en la prueba final presencial.

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

- Acebal Neu, A. (2004) Eventos: Un instrumento de comunicación al servicio de la empresa. Ediciones Deusto (e- Deusto Dossier).
- Arroyo, L. y Yus, M.. (2007). Los cien errores de la Comunicación de las Organizaciones. Editorial Esic. Madrid: 2007
- Alcaide Hernández, F. (2007). Retos Tendencias y Oportunidades en el Sector de los Eventos. Druk Comunicación
- Correas Sánchez, Gerardo (2004): La empresa y su protocolo. El procedimiento de calidad en la

organización de sus actos. Madrid, Ediciones Protocolo.
 Garrido, F.J. (2001). Comunicación Estratégica, Gestión 2000, Barcelona.
 Hoffman et al (2007). Principios de Marketing y sus mejores causas. Mexico: International Thomson Editores, 3oa edición.
 Jiménez, M. (2005). El plan estratégico de Gestión de Eventos como herramienta para consolidar la imagen de marca. En La Marca corporativa. Vic : Eumo Editorial.
 Rodríguez Ardua, I. et al (2007): Estrategias y Técnicas de Comunicación. Una visión Integrada en el Marketing. Barcelona. Editorial OUC.
 Siskind, B. (2007) Marketing de Eventos Estrategias clave para Ferias Comerciales, Presentaciones, Conferencias. Bilbao: Deusto.
 Torrents, R. (2005). Eventos de Empresa. El poder de la comunicación en vivo. Bilbao: Deusto.

Otros recursos:

www.modaes.es
 www.eventoplus.com
 www.marketingdirecto.com
 www.topcomunicacion.com
 www.prnoticias.com/
 www.juanmerodio.com/

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Jesús Barreda Miguel
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Licenciado en Publicidad y RRSS
Correo electrónico	
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas en la Universidad Autónoma de Barcelona. Promoción 2004-2008. Cursó el Master de Marketing digital en la Escuela de Negocios. 2010.</p> <p>Ha impartido charlas sobre el sector de los eventos y la comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona y en el Master de Moda y Lujo de la Revista Elle. También ha participado en foros como Modaes.es y TopComunicación.com.</p> <p>Ha participado en campañas de éxito de comunicación y relaciones públicas de diferentes marcas de moda como Guerlain, Swarovski, Ugg, Ellesse y Tous.</p>