



Financiación,  
patrocinio y gestión  
presupuestaria  
**Máster universitario  
en Organización y  
Dirección de Eventos**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Financiación, patrocinio y gestión presupuestaria

**Titulación:** Máster Universitario en Organización y Dirección de Eventos

**Curso Académico:** 2019-20

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial / A distancia

**Créditos:** 4

**Curso:** 1

**Profesores/Equipo Docente:** Dra. D<sup>a</sup> Carmen Fernández-Bravo y Fernández-Bravo

## 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

### 1.1. Competencias

- 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.
- Aplicar en el sector de los eventos las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.
- Aplicar las distintas formas de financiación, gestión presupuestaria y las diferentes opciones de patrocinio en el campo de la dirección y organización de eventos.

### 1.2. Resultados de aprendizaje

Dominar las estrategias de las RR.PP. y el patrocinio como posibles financiadores del evento. Diseñar estrategias de captación y explotación de recursos económicos, de difusión y amplificación del evento.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1 Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2 Breve descripción de los contenidos

**Financiación, patrocinio y gestión presupuestaria:** Las RR.PP y el patrocinio como potenciales financiadores del evento: mecenazgo, patrocinio, esponsorización y colaboración. Captación y explotación de recursos económicos y gestión del presupuesto.

## 2.3 Contenido detallado

### **TEMA 1: PATROCINIO: INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS**

- 1.1 Referencia Histórica y Antecedentes
- 1.2 El Patrocinio contemporáneo: nuevo contexto
- 1.3 El Patrocinio en el ámbito de las RRPP y la RSC
- 1.4 Oferta / Demanda del Patrocinio
- 1.5 Definiciones y conceptos: Patrocinio, mecenazgo, esponsorización y colaboración.
- 1.6 Principales Similitudes y Diferencias
- 1.7 Campos de aplicación

### **TEMA 2: ESTRATEGIA DEL PATROCINIO**

- 2.1 El patrocinio en la estrategia empresarial como Potencial Financiador del evento
- 2.2 El patrocinio como herramienta multidisciplinar y trasmisor de Principios y valores
- 2.3 Tipos de Patrocinio
- 2.4 Objetivos y beneficios del patrocinio
- 2.5 Captación de recursos Vs. generación de recursos.
- 2.6 Elaboración de una propuesta de patrocinio: Solicitudes y contrapartidas
- 2.7 Negociación: estrategias y técnicas.
- 2.8 Marco legal y tratamiento fiscal

### **TEMA 3: ELABORACIÓN Y GESTIÓN DEL PRESUPUESTO**

- 3.1 Concepto y tipos de presupuestos
- 3.2 Ítems y etapas fundamentales en la elaboración del presupuesto de un evento
- 3.3 Costes fijos y variables de un evento
- 3.4 Presentación del presupuesto
- 3.5 Control del presupuesto
- 3.5 Tratamiento de las desviaciones y aplicación de acciones correctivas

### **TEMA 4: ACTIVACIÓN, ANALISIS Y MEDICIÓN DE LA ACCION DE PATROCINIO**

- 4.1 Activos del Patrocinio: Recursos y canales de activación
- 4.2 Medición del retorno del Patrocinio (ROI)
- 4.3 Análisis de la eficacia del Patrocinio (ROO)
- 4.4 Valoración y análisis del resultado

## 2.4 Actividades Dirigidas

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

### **Actividad Dirigida 1 (AD1):**

Cada grupo de alumnos desarrollará una propuesta de patrocinio en la que mínimamente han de incluir: descripción y objetivos del proyecto o de la actividad, público objetivo y ámbito de actuación. Principales soportes comunicativos o plan de comunicación. Principales partidas presupuestarias, así como beneficios o contrapartidas para los patrocinadores.

Exposición de los criterios y características que han de tener las empresas a las que presentarán la propuesta de patrocinio.

La propuesta presentada se expondrá y defenderá presenciamente en aula, por cada uno de los grupos.

Esta actividad supone el 20% de la nota de las actividades dirigidas.

### **Actividad Dirigida 2 (AD2):**

Cada grupo de alumnos, partiendo de un presupuesto global previamente establecido y siguiendo las indicaciones marcadas por el profesor, identificará y distribuirá en costes fijos y variables, ingreso, egresos, costes, gastos, ect, las distintas partidas necesarias para la

producción de un evento. Igualmente se tratarán las posibles desviaciones y se aplicarán las medias correctivas que procedan.

Dicho presupuesto se expondrá y defenderá en el aula, para su positiva valoración.

Esta actividad supone el 20% de la nota de las actividades dirigidas.

## 2.5 Actividades formativas

### Modalidad presencial:

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	30	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	50	0%
AF3	Tutorías	10	50%
AF4	Evaluación	10	100%
		100	

### 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%
		100	

## 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

García Llorente, J. (2012). *El patrocinio y el mecenazgo en la comunicación empresarial*. Madrid, España: Dyckinson

Roca, J. L. (2012): *Comercialización de eventos*. Madrid. España. Ed. Síntesis.

Muñiz, L. y González, L. M. (2009): *Control presupuestario planificación, elaboración, implantación y seguimiento del presupuesto*: Profit Editorial.

Fisher, R y Ertel D- (2011): *Obtenga el sí en la práctica: como negociar paso a paso, ante cualquier situación*. Gestión 2000.

### Bibliografía recomendada

AmaT, O. (2008): *Contabilidad y finanzas para no financieros*. Madrid. Deusto S.A. Ediciones.

Wilcox, D, Cameron, G. y Xifrá, J. (2012): *Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas*. Edimburgo. Pearson Education.

Barquero, J. y Barquero, M. (2007): *El libro de oro de las Relaciones Públicas*. Barcelona. Gestión.

Turbau, I. (2011). *¿Por dónde empiezo? Guía práctica para programar, financiar y comunicar eventos culturales*. Madrid, Ariel.

Guardia, R. (1999): *El beneficio de compartir valores*. Ed. Deusto

Iborra Juan, M. y Aldás Manzano, J. (2006): *Fundamentos de dirección de empresas conceptos y habilidades directivas*. Thomson, Madrid

Casado, P. (2018): *Patrocinar con cabeza*. Madrid: LID Editorial Empresarial

Carretero, J. L. (2015): *La fiscalidad del patrocinio deportivo*. Madrid: Reu

Casanellas, M. (2016). "Nuevos marcos de apoyo fiscal al mecenazgo en España: dimensión jurídica comparada". *Revista Catalana de Dret Públic*, num. 52, p. 43-66

Paares, M. (1994): *La nueva filantropía y la comunicación social: mecenazgo, fundación y patrocinio*. Barcelona: ESRP-PPU.

Cantó Navés, C. y Ribas Carrasco, S. (2004): «*Patrocinio y publicidad casan bien*», *Comunicación & RR.PP.*, 196, 62-66.

Vélez, A (2015): *Patrocinio Subliminal: El Arte De Patrocinar*. Kindle Edition

Otros recursos

[www.eventoplus.com](http://www.eventoplus.com)

[www.eventbrite.es](http://www.eventbrite.es)

Herramienta: infinitiC Database

**5. DATOS DEL PROFESOR**

Nombre y Apellidos	Carmen Fernández – Bravo y Fernández - Bravo
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctora en Turismo
Correo electrónico	<a href="mailto:cfernanb@nebrija.es">cfernanb@nebrija.es</a>
Localización	Campus de Princesa
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 profesionales de aplicación.</p>	<p>Doctora en Turismo. Cum Laude, Universidad Antonio de Nebrija. Máster Universitario en Creación y Dirección de Empresas. Universidad Antonio de Nebrija / Nebrija Business School (2012-2013). Diplomatura en Turismo. UNED (2009 –2014). Grado Universitario en Protocolo y Organización de Eventos - Espacio Superior Europeo. Universidad Camilo José Cela (2011-2012) Diplomatura en Protocolo y Relaciones Institucionales. Universidad de Granada. (2005-2008).</p> <p>Principales actividades académicas desarrolladas: Directora académica del Máster en Organización Integral de Eventos (NBS – Esode). Miembro de Tribunal fin de Máster del Programa del Máster en Organización integral de Eventos (NBS- Esode). Coordinación académica del programa formativo: Protocolo y Empresa impartido por (NBS –Ingafor). Dirección académica, elaboración del diseño de planes de estudios y control de calidad académica de Programas específicos vinculados con el Protocolo, Relaciones Institucionales y la Organización de Eventos. Diseño y Elaboración de los materiales docentes del Curso de Protocolo Empresarial impartido en modalidad elearning por Bureau Veritas. (2010-2011-2012).</p> <p>Docente en el ámbito de protocolo empresarial, técnicas de organización de eventos, símbolos del Estado y La Corana Española, imagen personal e indumentaria.</p> <p>Principales publicaciones:  Título del Libro: Sociedad, empresa e instituciones: Una aproximación desde la economía y la historia. Título del Capítulo: El fenómeno low cost y su impacto en los modelos empresariales. Editorial Sotezca, julio 2017.</p> <p>Artículo: Los modelos de gestión contemporáneos y los cambios de paradigma en el ámbito de la administración empresarial: un estado de la cuestión. Gestión y Gerencia. Barquisimeto, Venezuela. Mayo - agosto. Vol. 11, Nº 2. 2017.</p> <p>Coautora del libro: "Medición del impacto del turismo en la economía, el empleo y el medio ambiente en el ámbito local". Fundación EOI. Enero 2016.</p>
---	--