



Herramientas tecnológicas
aplicadas a la organización
de eventos

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



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Herramientas tecnológicas aplicadas a la organización de eventos

Titulación: Máster Universitario en Organización y Dirección de Eventos

Carácter: Obligatoria

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial / A distancia

Créditos: 4

Curso: 1

Profesores/Equipo Docente: D^a Cristina Folgueira López

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 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.
- Resolver problemas y tomar decisiones eficaces ante problemas planteados y situaciones de alto nivel competitivo en el sector de la dirección y organización de eventos.
- 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.
- Aplicar las nuevas tecnologías y medios en la producción y el montaje de eventos.

1.2. Resultados de aprendizaje

Conocimiento y aplicación de las herramientas y dinámicas tecnológicas más actuales, así como las tendencias futuras, con distintos objetivos: garantizar planificación y gestión eficaz, dar soporte a las necesidades en comunicación y marketing, y generar espectacularidad y memorabilidad en todo tipo de eventos.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Breve descripción de los contenidos

La asignatura pretende hacer una introducción a las tecnologías más usadas en la organización y gestión de eventos, explicando las características y oportunidades de cada una, sus posibles aplicaciones, cómo integrarlas en los objetivos y necesidades de un proyecto y en un briefing.

2.3. Contenido detallado

TEMA 1_ TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA PLANIFICACIÓN:

Análisis de las necesidades previas en cuanto a estructuras, privacidad de datos, seguridad, procesos y agentes implicados etc...

1. Qué es la tecnología y el Internet de las cosas (IoT)
2. Planificación y diseño de experiencias. Design thinking, agile, lean y mapping
3. Sistemas digitales, redes y estructuras, cloud, bases de datos, API... (introducción a los conceptos técnicos para perder el miedo)
4. Seguridad y GDPR (Legislación sobre privacidad de datos aplicada al entorno digital)

TEMA 2_ TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA GESTIÓN Y MANEJO DEL PÚBLICO Y EL STAFF:

Este capítulo contempla el uso de la tecnología para el manejo del público, desde el acceso al recinto al control e interacción con el aforo. Conocer los datos en tiempo real ayudará a la organización a tomar decisiones en caliente.

1. QR/NFC/RFC (Tecnologías de proximidad para la gestión de accesos, control de aforo, pagos, reservas de actividades, networking)
2. Inteligencia Artificial (IA) / Machine Learning (ML) aplicado a la predicción de comportamiento.
3. Data Metrics y visualización de datos (Herramientas, Kpi's, análisis).

TEMA 3_ TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA COMUNICACIÓN, VENTA Y MARKETING:

Desde el inicio el departamento de marketing y ventas necesita sus propias herramientas para conseguir notoriedad, vender entradas, generar contenidos, publicar la agenda etc. Son multitud las herramientas y canales digitales disponibles para estos fines. En este módulo veremos los más usados.

1. CMS (Content Management System) y gestión de contenidos.
2. Comercio electrónico e integración con pasarelas y canales de venta y reserva.
3. Email/RRSS/notificaciones push/RP/viralidad
4. SEO (Search Engine optimization) y SEM (Search Engine Marketing)
5. APPS móviles

TEMA 4_ TECNOLOGÍAS APLICADAS AL ENGAGEMENT

En el último módulo conoceremos las tendencias del mercado en nuevas tecnologías aplicadas a la experiencia de usuario que generarán *engagement* del público con respecto al evento y a la marca.

1. VR (Virtual Reality)/AR (Augmented reality)
2. Gamificación
3. Video/Streaming/Emisión
4. Show/iluminación/proyección/instalaciones
5. Interacción 3D, Hologramas y tendencias futuras

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 PRÁCTICO: Diseño de los accesos a un evento respondiendo a un briefing”. Por equipos deberán presentar el diseño de un proceso con las tecnologías aplicadas para dar respuesta a un briefing. Deberán defender su propuesta en público.

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

Actividad Dirigida 2 (AD2): “CASO PRÁCTICO: Propuesta de estructura y diseño de herramientas digitales de marketing y ventas”. Los alumnos, por equipos, deberán dar respuesta a las necesidades de captación, ventas y marketing del briefing de un evento.

Esta actividad supondrá el 20% de la nota de actividades dirigidas. Deberán defender su propuesta en público.

Prueba final: Con lo aprendido los alumnos deberán presentar una propuesta de un evento que destaque en algún aspecto por el uso de la tecnología.

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 recomendada

Aprende Tecnología para Eventos: Sin morir en el intento

Autor: Montiel M., José Ramón - 2017

La Red de Todo: Internet de las Cosas y el Futuro de la Economía Conectada

de Andrei Vazhnov (Autor) - 2015

Impresión 3D, como va a cambiar el mundo

Autor: Andrei Vazhnov - 2013

La Meta es la Industria 4.0: Descubre la tecnología que hace posible la nueva Revolución Industrial

Autor: Fran Yáñez

La tecnología NFC como nuevo soporte para el marketing móvil: el estado del arte para la aplicación al marketing turístico.

Autor: Chantre Astaíza, Angela - 2010

Realidad virtual (acción empresarial)

de Jeremy Bailenson (Autor), Yagüe Lobo, Lourdes (Traductor) - 2019

Aumenta tu empresa con la realidad aumentada y la realidad virtual: Cómo sacar el máximo provecho en el mundo profesional Tapa blanda – 1 abr 2018
de Roger Pastor (Autor)

Hooked: How to Build Habit-Forming Products
de Nir Eyal (Autor) - 2014

Industries Of The Future (Inglés)
de Alec Ross (Autor, Colaborador) - 2017

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Cristina Folgueira López
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid Master de Postgrado en Arquitectura de Interiores por la ETSAM de la Universidad Politécnica de Madrid
Correo electrónico	cristina@fullcircle.es
Localización	Campus de Princesa
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>Licenciada en Publicidad por la UCM, Técnico de preimpresión y fotomecánica y Master en Arquitectura de Interiores en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura.</p> <p>A su variada formación se añade una amplia experiencia profesional que ha evolucionado del diseño y dirección de arte, al diseño de productos y servicios, creatividad estratégica e implantación integral de marca.</p> <p>En activo desde 1998, inicialmente recorre todo el espectro de responsabilidades del departamento creativo de varias agencias de Publicidad, de marketing directo y agencias digitales, hasta pasar a desarrollar exclusivamente la parte estratégica en el puesto de dirección creativa y planificación estratégica.</p> <p>En 2007 se establece por su cuenta y trabaja como consultora independiente de estrategia corporativa y de comunicación. En 2012 funda junto con sus socios Fullcircle para desarrollar proyectos digitales y de marca más ambiciosos.</p> <p>Tiene una visión 360° de los proyectos: desde la estrategia a la producción. Disfruta investigando y aplicando a los proyectos las oportunidades que ofrece la tecnología, pero no es un perfil técnico, ¡ni mucho menos!. Es incapaz de programar una línea, pero tiene la capacidad de colaborar y comunicarse con los equipos de desarrollo para llegar a las soluciones técnicas para resolver los problemas y alcanzar los objetivos que afrontan los proyectos.</p>