



# 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

**Periodo:** Segundo semestre

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial/**online**

**Créditos:** 4

**Profesores/Equipo Docente:** D. David de la Fuente

### 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 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.

### **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: **Creatividad y tecnología**

Concepto de nueva tecnología.

Herramientas facilitadoras (Design thinking + Cloud + Trello +...)

Tecnología vs. factor humano.

Creatividad en el uso de las tecnologías.

#### TEMA 2: **Convocatoria y comunicación - La ética de la tecnología.**

Privacidad vs big data (GDPR).

Planificación tecnológica - Las redes.

Inteligencia artificial y natural, aprendizaje automático.

Google duplex - IA versiones atificiales de nosotros mismos.

El Show globalizado. Streaming, 5G y latencia. El nuevo paradigma, los eventos online.

La siguiente revolución NLP (natural language procesing) el algoritmo del lenguaje.GPT-3

BBDD - SEO/SEM - GDPR - RRSS.

#### TEMA 3: **Comienza el espectáculo - Nuevas tecnologías y no tan nuevas**

El impacto al consumidor como pilar tecnológico.

Modelo interactivo online y offline.

Los robots y los drones se hacen cargo.

El Showbusiness - Brand entertainment - en busca de la audiencia cautiva: Video mapping, proyección interactiva, audio 360 Dolby Atmos, impresión 3D, Sonido binaural, Hologramas, etc...

Las claves del engagement. la interacción del consumidor. Gamificación, Realidad virtual, Realidad aumentada, realidad mixta.

#### TEMA 4: **Repercusión y medición - Facilitadores tecnológicos**

Machine Learning - NLP - IA.

Automatización de la logística RFID.QR.

La medición y los resultados - mapas de calor en directo.

### 2.4. Actividades Dirigidas

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

**Actividad Dirigida 1 (AD1): INTERACTIVIDAD** Uso de la tecnología para el diseño de un evento de gran impacto y recuerdo de marca, sobre la premisa de la interacción de los asistentes a partir de un brief definido. Esta actividad se realizará en grupo.

Esta actividad supondrá el 20% de las actividades dirigidas.

**Actividad Dirigida 2 (AD2): EVENTO ONLINE** Desarrollo de un evento online de formación para RRHH con la participación de los ponentes y asistentes en directo, usando todos los medios disponibles y ofreciendo una experiencia interesante para la marca y público. Esta actividad se realizará en grupo y deberán defender su propuesta en público.

Esta actividad supondrá el 20% de las actividades dirigidas.

## 2.5. Actividades formativas

### Modalidad presencial:

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	180	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%
AF3	Tutorías	60	50%
AF4	Evaluación	60	100%
		600	

### Modalidad a distancia:

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	120	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	300	0%

AF3	Tutorías	60	0%
AF4	Evaluación	120	100%
		600	

### 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

##### 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. Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre antes del examen de la convocatoria correspondiente (ordinaria/extraordinaria).

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*

##### **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	David de la Fuente Sadornil
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid.
Correo electrónico	<a href="mailto:thelafuente@gmail.com">thelafuente@gmail.com</a>



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 por la Universidad Complutense de Madrid, es experto en desarrollo estratégico, táctico y creativo de campañas, y en la producción y organización de eventos. Ha trabajado durante 13 años como Brand Experience Director en <i>FCB (Foote Cone &amp; Belding)</i>, para marcas como Ron Barceló, Disaronno, Yamaha Moto GP, CocaCola, BMW, CuttySark, Leroy Merlin, Fosters F1, Master's Gin, Camel, o Quironsalud, entre otros, y ha colaborado con artistas de la talla de Franco Dragone, Cirque du Soleil, La Fura dels Baus, Mercedes Pedroche o Els Comediants recibiendo multitud de premios al mejor evento del año, mejor decoración, gran premio del jurado, mejor evento promocional y mejor animación. Actualmente compagina su colaboración como producer creativo con la Agencia <i>4 tuercas</i> en la elaboración, planificación y producción de eventos para la editorial SM, y con Pedro Soler en <i>Sowhat.team</i>. Actualmente como director de innovación y creativo en <i>Comunicación Gráfica Alborada</i> coordina un equipo creativo multidisciplinar, creando y planificando proyectos de innovación y creatividad propios y para clientes como Orange, Canon, Venis, etc... Además, es coautor de varias publicaciones creativas como #daretotrip y #esteañosiyesi.</p>