*Guía docente del módulo "Organización de eventos sociales, corporativos y de comunicación"*

1. IDENTIFICACIÓN

* **Nombre del módulo**: Organización de eventos sociales, corporativos y de comunicación
* **Código:** 43079
* **Titulación**: Máster Universitario en Dirección y Organización de Turismo de Eventos
* **Curso académico**: 2018-19
* **Tipo de módulo:** Obligatorio
* **Créditos ECTS (horas):** 9 (225)
* **Periodo en el que se imparte**: 2º semestre
* **Idioma en el que se imparte**: Castellano
* **Responsable del módulo y mail de contacto:** Pepa Aguar: mariajose.aguar@uab.cat
* **Otros profesores:** Cristina García Gálvez, Jordi Gimeno, Alba Herrera, Jordi Gimeno,Jordi Gratacós, Eduard Vicente, Marc Caballé, Santiago Tejedor, Pepa Aguar, Maria Abril

2. PRESENTACIÓN

Se realiza un recorrido por el turismo de eventos más interesante, innovador y complejo. En este módulo se estudian y analizan los eventos de carácter público o privado del sector social, solidario, musical y deportivo. El análisis abarca desde la organización de estos eventos hasta su comunicación abordando el protocolo y las técnicas específicas de gestión y marketing

3. OBJETIVOS FORMATIVOS

1. Conocer la realidad, organización y ámbito de actuación de los eventos deportivos

2. Conocer la realidad, organización y ámbito de actuación de los eventos culturales

3. Conocer la realidad, organización y ámbito de actuación de los eventos sociales

4. Conocimiento y aplicación del protocolo en los eventos públicos y corporativos.

5. Conocimiento del protocolo público y corporativo

6. Conocer las actividades culturales en los eventos. Creación y organización Social day

4. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

**COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

E02. Planificar y gestionar los diferentes tipos de actividades necesarias para la organización de un evento

E02.14 Saber identificar la viabilidad de iniciativas deportivas

E02.15 Poder diseñar estructuras organizativas: equipo humano, organigrama y voluntariado

E02.16 Diseñar la financiación de un evento deportivo

E02.17 Identificar los servicios de atención al deportista. Alojamiento, transporte, caterig, instalaciones de entrenamiento y competición, servicios médicos, servicios de cortesía

E02.18 Identificar los diferentes tipos de eventos públicos así como los elementos de organización de eventos públicos y de protocolo

E02.19 Localizar y revisar la legislación reguladora sobre los eventos públicos así como el uso de las infraestructuras públicas

E02.20 Analizar los elementos ceremoniales de un evento público

E02.21 Dominar los principios rectores y los elementos básicos del protocolo

E02.22 Poder elaborar la planificación de un acto que requiera protocolo público

E02.23 Diseñar y aplicar las diferentes fases de un evento corporativo

E4. Gestionar la captación y comercialización de un evento teniendo en cuenta los diferentes mètocos del Retorno de la Inversión en eventos

E04.04 Crear una candidatura deportiva

E04.05 Dominar los procesos de venta y comercialización durante un evento social o corporativo

E07. Distinguir e interpretar el papel y competencias del patrocinio para analizar la estructura de un plan de patrocinio y sus consideraciones legales

E07.01 Analizar el papel y las competencias del patrocinio

E07.02 Elaborar un plan de marketing de patrocinio

E07.03 Saber identificar y contactar patrocinadores potenciales

**COMPETENCIAS BÁSICAS Y TRANSVERSALES**

CB7. 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.

CB9. 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.

GT02.Trabajar en equipo y adquirir capacidad de liderazgo.

GT03.Adaptarse a nuevas situaciones, adquiriendo iniciativa para desarrollar estrategias innovadoras y competitivas.

5.TEMARIO Y CONTENIDOS

1. Eventos sociales y trabajo con voluntarios

2. Eventos musicales

3. Diseño y definición de propuestas para la organización de eventos nupciales I / II

4. Eventos culturales

5. Las candidaturas deportivas

6. Planes directores de eventos deportivos

7. Protocolo público y corporativo

8. Eventos y comunicación corporativa II

9. Habilidades de comunicación

10. Actividades culturales en eventos. Social day I / II

6. BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

Bowdin, G.A., McDonnel, I., Allen, J. and O'Toole, W., (2001). Events Management, Butterworth Heinemann, Reed Educational an dProfessional Publishing Ltd., Woburn, MA 01801.

Goldblatt, Dr. Joe, CSEP, Nelson, Kathleen S. CSEP, editors (2001). The International Dictionary of Event Management, second edition, John Wiley & Sons, Inc. NY, NY.

Event Marketing Institute y Freeman XP (2015). The Viral Impact of Events: Extending & Amplifying Reach via Social Media. Disponible en <https://goo.gl/is32BM>

Martos Molina, M. (2013). El papel del turismo de eventos en el desarrollo urbano. El caso de Expo Zaragoza. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 11(1), 57-71. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.004>

Malouf, Lena, CSEP, AIFD (1999). Behind The Scenes at Special Events. John Wiley & Sons, Inc, NY,NY.

Manual de gestió del voluntariat. Obra Social Fundació La Caixa. 2009

Moran, Jill S., CSEP, (2004). How To Start a Home-Based Event Planning Buisness. Globe Pequot Press., Guilford, CT 06437.

Morrison, Terri, Conaway, Wayne A., Borden, George A Ph.D (1994). Kiss, Bow or Shake Hands. Adams Media Corporation. Holbrook, Mass.

Torrents, R. (2005). Eventos de Empresa. El poder de la comunicación en vivo. Bilbao: Deusto.

Vasey, John. Concert Production Management. Focal Press, (1997)

Wigger, G. Eugene (1997). Themes, Dreams and Schemes. John Wiley & Sons, NY, NY.

Wiersma, Elizabeth A. CSEP, Strolberg, Karl E. (2003). Exceptional Events, Concept to Completion, second edition. Chips Books, Weimar, TX 78962.

Wohlfeil, M. & Whelan, S. (2005). Consumer Motivations to Participate in Marketing-Events: The Role of Predispositional Involvement. In K. M. Ekstrom & H. Brembeck (Eds.), E- European Advances in Consumer Research, 7 (pp. 125-130). Goteborg, Suiza: Association for Consumer Research.

7. METODOLOGIA DOCENTE

La metodología docente combina las clases magistrales de los docentes con la discusión y resolución de casos prácticos con los estudiantes. También es plantean temas de discusión sobre temas expuestos previamente leídos o explicados. La práctica evaluadora de Módulo orienta a fijar los conocimientos desarrollados durante el Módulo.

**1. Presenciales:**

1.1. Clases magistrales de los docentes

1.2. Resolución / discusión de ejercicios y casos con los estudiantes, en grupo o individualmente

1.3. Debates entre los estudiantes sobre temas expuestos previamente leídos o explicados

1.4 Tutorías

**2. No presenciales tutorizadas:**

2.1. Ejercicios de caso para trabajar fuera del aula

2.2 Preparación de práctica de evaluación de Módulo: Caso práctico: Diseño y planificación de un evento nupcial

**7.1 ACTIVIDADES DE FORMACIÓN**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Título** | **UD** | **Horas** | **ECTS** | **Resultados de aprendizaje**  |
| **Tipo: Dirigidas**Clases magistrales de los docentes |  | 48 |  1,92 | E02.14, E04.04 E04.05, E07.03E02.20,E02.21,E02.22,E02,E4 |
|  |  |  |  |  |
| Resolución/discusión de ejercicios y casos con los estudiantes, en grupo o individualmente  |  | 40 | 1,6 | GT02, GT03,CB 7,CB 9  |
|  |  |  |  |  |
| Debates entre los estudiantes sobre temes expuestos previamente leídos o explicados  |  | 30 | 1,2 | GT02, GT 03, CB9 |
|  |  |  |  |  |
| **Tipo: Supervisadas** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Ejercicios de caso para trabajar fuera del aula  |  | 20 | 0,8 | GT02, GT 03 |
|  |  |  |  |  |
|  |  | 25 | 1 | GT02, GT 03 |
| Preparación de práctica de Módulo: organización de un evento nupcial  |  |  |  |  |
| **Tipo: Autónomas** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Entrega práctica de evaluación de Módulo  |  | 35 | 1,4 | GT02, GT 03 |
|  |  |  |  |  |
| Tutorías  |  | 27 | 1,08 | GT02, GT 03 |
|  |  |  |  |  |

8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Para aprobar el Módulo la asistencia a las sesiones lectivas es obligatoria con un mínimo requerido del 80%

Evaluación continua (asistencia, observaciones puntuadas): 20-30%

Realización de trabajos (individuales o en grupo): 25-30%

Pruebas escritas / Práctica evaluadora del Módulo: Diseño y planificación de un evento nupcial 40-50%

**8.1 ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Título** | **Peso** | **Horas** | **ECTS** | **Resultados de aprendizaje** |
| Evaluación continua (participación activa, resolución de casos y ejercicios prácticos)  | 20-30%  | 20 | 0,8 | GT02,GT03 |
|  |  |  |  |  |
| Realización de trabajos (individuales o en grupo)  | 25-30%  | 20 | 0,8 | GT02 |
|  |  |  |  |  |
| Pruebas escritas Práctica evaluadora de Módulo | 40-50% | 50 | 2 | GT03 |

9. PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **DIA** | **TEMA** | **MÉTODO** | **HORAS** |
| 1/2 | Diseño y definición de propuestas para eventos nupciales I/II | Clase magistral | 8 |
|  |  |
| 3 | Eventos culturales  | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 4 | Eventos sociales y trabajo con voluntarios | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 5 | Eventos nupciales | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 6 | Protocolo público y corporativo  | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 7 | Las candidaturas deportivas  | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 8 | Planes directores en eventos deportivos  | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 9 | Eventos y comunicación corporativa II | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 10 | Habilidades de comunicación  | Clase magistral | 2 |
|  |  | Actividades autónomas | 2 |
| 11/12 | Actividades culturales en eventos. Social Day  | Clase magistral  | 6 |
| Actividades autónomas  | 2 |

10. OTROS (opcional, específico del centro)

Emprendimiento e innovación

Los estudiantes participan de la experiencia de un Social Day pensado para el tiempo libre de congresistas y sus acompañantes