

GUÍA DOCENTE

Estrategia, planificación y
evaluación de eventos

Curso académico 2024/2025

Índice

Contenido

Índice.....	2
1. Organización general.....	3
1.1. Datos de la asignatura.....	3
1.2. Equipo docente	4
1.3. Presentación de la asignatura	4
1.4. Competencias y resultados de aprendizaje	6
2. Contenidos/temario	8
3. Metodologías docentes.....	8
4. Actividades formativas.....	9
5. Evaluación	10
5.1. Sistema de evaluación.....	10
5.2. Sistema de Calificación.....	10
6. Bibliografía.....	11

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

Datos de la asignatura	Asignatura	Estrategia, planificación y evaluación de eventos
	Código Asignatura	11_2MaDOE_FT-ES-05
	Titulación	Máster Universitario en Dirección y Organización de Eventos <i>Título Oficial de la Universidad Internacional de la Empresa</i>
	Créditos	6 ECTS
	Carácter	Obligatoria
	Curso	Primero
	Cuatrimestre	Primero
	Idioma en que se imparte	Español
	Modalidad	Presencial
	Dedicación al estudio por cada ECTS	25 horas

1.2. Equipo docente

Docente	Miguel Ángel Poveda Doctor en Ciencias Sociales y Políticas
----------------	---

1.3. Presentación de la asignatura

Nuestros eventos son el máximo exponente de nuestra imagen pública. Sea en el marco de la comunicación de una empresa de cualquier sector o bien en el ámbito MICE, que será el que nos ocupe de manera preferente, nuestros actos proyectan imagen de empresa, imagen de marca y ponen de manifiesto a la luz de nuestros *stakeholders* o públicos de interés nuestras virtudes o defectos como empresa.

En cualquier ámbito de las Relaciones Públicas, las Relaciones Institucionales, la Publicidad o la Comunicación en general, por tanto, deberemos considerar que la organización de eventos es uno de los máximos exponentes de la proyección pública de cualquier empresa o entidad, sea hotel, agencia de viajes, destino turístico o cualquier otra institución o compañía.

Antes de empezar a planificar un evento, sin embargo, deberemos hacernos algunas preguntas fundamentales: ante la creciente e imparable tendencia a convertir cualquier necesidad comunicativa en evento, ¿debemos realmente celebrarlo? ¿es ese evento que tan pronto nos acude a la mente la mejor solución a nuestros objetivos de comunicación?; y, caso de que la respuesta a estas preguntas sea afirmativa, ¿para qué?, es decir, ¿cuáles serán los objetivos de nuestro evento?.

Cuando hayamos fijado claramente esos objetivos y desde nuestra responsabilidad de velar por la imagen de nuestra empresa, en los eventos que organicemos es imprescindible que definamos un estilo y una manera de hacer propios y que sepamos qué queremos que suceda y qué no. El factor ya apuntado de que mediante nuestros eventos ponemos de manifiesto nuestras virtudes o defectos como empresa supone la necesidad de planificarlos meticulosamente, intentar prever todo lo previsible y, sobre todo, implementarlos manteniendo el guión previsto.

Mimaremos desde la concepción global del acto hasta el cuidado de cada detalle para que sea un éxito. Desde dónde, cuándo y cómo debemos celebrar nuestro evento hasta cómo aplicar y aprovechar las herramientas que nos brinda el protocolo.

Partiendo de la estrategia y el diseño de nuestros eventos y analizando los porqués de todas las decisiones que tomemos en los casos prácticos, esta asignatura nos aclarará que el detalle más nimio tiene trascendencia y comunica, y nos ayudará a que los actos que organicemos cumplan nuestros objetivos.

Resumiremos estos conceptos en cinco puntos:

- Relaciones Públicas y Relaciones Institucionales y sus tres objetivos: suscitar interés, originar confianza y provocar identificación.
- Objetivos de un evento. La respuesta a la pregunta clave: ¿para qué?
- Nuestros eventos dicen mucho de nosotros: la importancia de definir un estilo propio. Claves para el éxito de un evento.
- Las tres fases de un evento: preparación, ejecución y evaluación. Desde las preguntas iniciales y su concepción global hasta su implementación. El Manual operativo y el Cronograma.
- La utilización del protocolo como técnica efectiva y necesaria en la preparación y ejecución de un evento.

Campos profesionales en los que se proyecta

El conjunto de aprendizajes recibidos por el alumno en la asignatura es clave e imprescindible en el desempeño del área de comunicación de cualquier empresa o entidad, sea o no del ámbito del turismo. Las técnicas que utilizan las Relaciones Institucionales; la planificación, el diseño y la gestión de los eventos; y la implementación de las técnicas que nos ofrece el protocolo son herramientas fundamentales para los profesionales de los departamentos de Comunicación, Relaciones Externas o Relaciones Institucionales.

En concreto, la asignatura se proyecta en campos como:

- Concepción global de los eventos
- Creación, planificación y diseño de eventos
- Producción y organización de eventos
- Técnicas de Relaciones Institucionales

Objetivos

- Concebir un evento, desde un concepto creativo hasta su planificación.
- Seleccionar los proveedores y los actores necesarios para la correcta planificación del evento.
- Planificar los objetivos generales y específicos del evento en sí y de cada uno de los actores que participan en él.
- Aprender la metodología Event Canvas y aplicarla a un evento concreto.

- Gestionar un presupuesto y tomar las decisiones más acordes con la situación financiera del cliente.
- Medir la consecución de objetivos tangibles e intangibles como la reputación de la empresa.

1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

Básicas y generales

CG01 - Conocer y aplicar las herramientas básicas de gestión de la información en el contexto empresarial y de negocio.

CG02 - Conocer y aplicar técnicas de gestión de personas, liderazgo y negociación en el contexto empresarial y de negocio.

CG03 - CG3: Conocer y aplicar herramientas de gestión presupuestaria y financiación en el contexto empresarial y de negocio.

CG04 - Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global.

CB6 - 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

CB7 - 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.

CB8 - 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.

CB9 - 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.

CB10 - 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.

Transversales

CT01 - Defender ideas y argumentos propios en un contexto profesional.

CT02 - Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes.

CT03 - Trabajar en entornos multiculturales e internacionales en base al reconocimiento y el respeto a la diversidad.

CT04 - Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional.

Específicas

CE01 - Diseñar e implementar la estructura y el funcionamiento del área de los eventos para alcanzar los objetivos propuestos por el organizador y/o cliente.

CE02 - Crear, identificar y gestionar los diferentes tipos de evento según su naturaleza y objetivos.

CE03 - Identificar a los distintos actores interesados en cada evento, sus necesidades y objetivos para diseñar un proyecto acorde a dichos objetivos.

CE05 - Analizar y aplicar las habilidades necesarias para la dirección y comunicación de equipos de trabajo para la realización de un evento.

CE06 - Diseñar y planificar acciones de comunicación y de marketing para eventos.

CE07 - Determinar la estructura logística y estructura organizativa de todo tipo de eventos.

CE08 - Aplicar las distintas formas de financiación, gestión presupuestaria y las diferentes opciones de patrocinio en el campo de la dirección y organización de eventos.

CE10 - Evaluar los indicadores de seguimiento del evento aplicando tecnología específica.

Resultados del aprendizaje

Resultados de aprendizaje
Conocer las habilidades directivas y conocimientos de gestión empresarial para la planificación, diseño y producción de un evento.
Comprender la relevancia del liderazgo y la motivación en equipos.
Conocer las implicaciones de la responsabilidad social en las organizaciones.
Manejar herramientas de análisis para la planificación estratégica de un evento.
Elaborar un plan de creación y comunicación de eventos.

Aplicar los métodos que intervienen en el proceso de planificación del evento.
Realizar el plan financiero de un evento.
Analizar los eventos desde el punto de vista financieros: márgenes, beneficios, costes
Aprender a financiar un evento.
Conocer las figuras como el patrocinio, mecenazgo, colaboración.

2. Contenidos/temario

El plan de elaboración y comunicación de los eventos

Definición de objetivos generales y específicos

Definición estratégica de target

Planificación de presupuesto

Diseño del concepto creativo

El timing o calendario de trabajo

Herramientas de evaluación y análisis de resultados

3. Metodologías docentes

M01 Métodos expositivos: que ponen el énfasis en la adquisición de nueva información. Los métodos expositivos incluyen lecciones magistrales, seminarios.

M02 Métodos de diseño y aplicación práctica: que ponen el énfasis en los procesos activos que emplean los alumnos para realizar tareas de ideación, proyección y procedimientos para para adquirir nuevos conocimientos y reforzar los adquiridos.

M03 Métodos colaborativos: que ponen el énfasis en la dimensión social del aprendizaje y motivan a los alumnos a compartir conocimientos, realizando tareas de manera colaborativa. Estos métodos incluyen discusiones, trabajo colaborativo en resolución de problemas y estudios de caso, así como tutorías colectivas.

M04 Método de proyectos y trabajos globalizadores: que ponen el énfasis en la integración de conocimientos, el uso de herramientas, técnicas y metodologías, así como el abordaje interdisciplinar de la realidad profesional.

“Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales”

EAE Business School garantizará el logro de las competencias enumeradas a todos los estudiantes. Aquellos estudiantes que presenten necesidades educativas especiales relacionadas con su discapacidad auditiva, visual, física y/u orgánica, intelectual, problemas de salud mental o incapacidad temporal que repercutan directamente en la consecución de sus resultados académicos, serán atendidos por Servicios al Estudiante. Analizado el caso particular, la unidad establecerá las medidas oportunas de adaptación curricular y dará soporte académico tanto al claustro como al alumnado para la consecución de los mismos.

Será requisito imprescindible para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

4. Actividades formativas

Actividades formativas	horas	presencialidad
Lección magistral participativa: El profesor expone los fundamentos teóricos de la asignatura. El estudiante interviene, complementando o dando feedback a la exposición del profesor	28	100
Resolución de problemas/Exposición oral: El estudiante resuelve cuestiones planteadas por el profesor que tienen como base una situación concreta, puede incluir la presentación oral de casos prácticos por parte del estudiante de forma individual o en grupo. Mediante esta actividad formativa se desarrollan habilidades y capacidades de aprendizaje autónomo ideando estrategias que permitan obtener una solución.	30	50
Estudio de casos: El estudio de casos facilita el aprendizaje por descubrimiento, el estudiante asume el papel de protagonista activo de su propio aprendizaje, potenciando la adquisición de las competencias asignadas a la asignatura mediante el estímulo de hacer preguntas y formular sus propias respuestas, así como a deducir principios de ejemplos prácticos o experiencias.	4	25
Evaluación: Pruebas presenciales en las que se mide el nivel de conocimientos adquirido durante el desarrollo de la asignatura.	4	100

Trabajo autónomo: Individual: Lectura crítica de la bibliografía, estudio sistemático de los temas, reflexión sobre problemas planteados, resolución de actividades propuestas, búsqueda, análisis y elaboración de información. - En grupo: Puesta en común y discusión de lecturas y reflexiones en torno al material para la realización de tareas.	74	0
Seguimiento/ tutorías: El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento del trabajo entregado por el alumno, dando feedback para alcanzar los resultados previstos en la materia.	10	25

5. Evaluación

5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad sigue los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Sistema de Evaluación	Ponderación
Actividades de evaluación continua*	10 %
Resolución problemas.	15%
Estudio casos / Proyectos.	15%
Sistema de Evaluación	Ponderación
Pruebas objetivas*	60%
Examen final	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura obtener en cada apartado (actividades de evaluación continua y pruebas objetivas) un promedio mínimo de 5.**

La nota final se calculará utilizando la ponderación antes descrita, excepto en el caso de no superación de al menos uno de los dos apartados. En este último caso, la nota final será la nota más baja entre las actividades de evaluación continua y las pruebas objetivas.

Para las sanciones asociadas a la falta de honestidad académica se aplicará la Normativa General de Evaluación y Calificación de la Universidad y la Normativa de Convivencia y Reglamento Disciplinario de Estudiantes. En particular, la utilización de contenido de autoría ajena al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. En caso de coincidencia superior al 15% -reproducir información de fuentes sin citarlas convenientemente-, la sanción será un suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. En caso de comportamiento reiterado, la penalización será un suspenso (0) en la asignatura y pérdida de la convocatoria en la que ha ocurrido la falta, además de la decisión que tome el comité disciplinario por ser falta muy grave.

Asimismo, el uso de medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

Para poder ser evaluado en convocatoria ordinaria no se podrá tener más de un 25% de faltas de asistencia.

En convocatoria extraordinaria, se valorarán las mismas competencias/resultados de aprendizaje utilizando el mismo sistema de evaluación que en convocatoria ordinaria. El alumno deberá repetir solo las actividades evaluativas que no haya superado en convocatoria ordinaria. Solo podrán presentarse a convocatoria extraordinaria los estudiantes que hayan obtenido una calificación final de “Suspenso” o “No presentado”.

5.2. Sistema de Calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en una escala numérica de 0 a 10, con la siguiente calificación cualitativa asociada:

Nivel de Competencia	Calificación Oficial	Calificación Cualitativa
Muy competente	9,0 – 10	Sobresaliente
Competente	7,0 – 8,9	Notable
Aceptable	5,0 -6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 -4,9	Suspenso

La mención de “Matrícula de Honor” se podrá otorgar a criterio del profesor docente a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula de honor por cada 20 estudiantes cuando el profesorado considere que el desempeño de la asignatura haya sido excepcional. En caso de que el número de estudiantes del grupo sea inferior a 20, se podrá adjudicar una sola Matrícula de Honor.

En cada una de las actividades realizadas se medirá **la consecución de los resultados de aprendizaje**, con imparcialidad y objetividad.

6. Bibliografía

Básica

- Fuente Lafuente, Carlos. *Manual práctico para la organización de eventos. Técnicas de organización de actos II*. Ediciones Protocolo 2005.

Recomendada

ALLEN, Judy. *Event planning*. Lea Publisher, 2009. ISBN 9780470155745

BARRIGA, Amparo. *La creatividad en los eventos*. Ediciones Protocolo, 2014. ISBN 9788495789396

BATLLE, PABLO, SANJUÁN, JOSÉ CARLOS Y SUNYÉ, JUAN. *Protocolo y Buenas Maneras*. Libros Cúpula, 2007. ISBN 9788448047443

CABERO, Luisa Cristina. *Organización de reuniones y eventos*. Ediciones Paraninfo, 2012. ISBN 9788428333412

CARRASCO, Soledad. *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo*. Ediciones Paraninfo, 2013. ISBN 9788428334488

CORREAS, Gerardo. *Protocolo para empresas*. Ediciones Protocolo, 2013. ISBN 9788495789389

CUADRADO, Carmen y RODRÍGUEZ, Ruth. *El ABC en la organización de eventos*. Fundación Confemetal, 2015. ISBN 9788415781226

CUTLIP, Scott M; CENTER, Allen H. y BROOM, Glen M. *Manual de Relaciones Públicas Eficaces*. Ediciones Gestión 2000, 2007. ISBN 9788496426979

FENICH, George G. *Meetings, expositions, events and conventions: an introduction to the industry*. Pearson, 2016 (4ª edición). ISBN 9780133775426

HERRERO, Paloma. *Gestión y organización de congresos*. Editorial Síntesis, 2014. ISBN 9788477387602

LÓPEZ-NIETO, Francisco. *Manual de Protocolo*. Editorial Ariel, 2003. ISBN 9788434444966

NARDONE, Arnaldo. *El ABC del turismo de reuniones y eventos*. USMP Fondo Editorial de la Universidad San Martín de Porres (Lima), 2014. ISBN 9786124221125

RAMÍREZ, Esthela Adriana. *Turismo de negocios*. Editorial Trilla (México), 2006. ISBN 9789682473579

SISKIND, Barry. *Marketing de eventos*. Ediciones Deusto, 2007. ISBN 9788423423668

URBINA, José Antonio. *El arte de invitar*. Editorial Temas de Hoy, 2002. ISBN 9788484608141

XIFRA, Jordi. *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales*. Editorial Tecnos, 2014. ISBN 9788430962471

unie*
Universidad
universidadunie.com

EAE Business School
Madrid
eaemadrid.com