

Asignatura

Nombre Asignatura	Organización de Eventos
Código	100322006
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	BÁSICA
Curso	1

Profesores

Nombre	María Eulalia Baldrich Sala
--------	-----------------------------

Datos Generales

➤ **CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS**

No se requieren conocimientos previos

➤ **OBJETIVOS TEÓRICOS**

Conocer los fundamentos básicos de la organización de eventos y cómo funciona el mercado de los eventos en España. Explorar los diferentes tipos de eventos y su clasificación así como las diferentes técnicas y herramientas necesarias para poder llegar a producir un evento.

Conocer y poner en práctica las posibilidades creativas necesarias para crear un evento que sea una experiencia de marca positiva y relevante.

➤ **OBJETIVOS PRÁCTICOS**

Definición y consecución del proceso de creación y generación de un evento mediante el manejo de la metodología de planificación estrategia organizativa de producción y evaluación.

Crear y desarrollar el concepto y los productos comunicacionales asociados al evento.

Manejar con destreza las herramientas necesarias para el desarrollo de un evento aportando soluciones creativas.

Alcanzar un nivel profesional de expresión y exposición de conocimientos.

➤ **COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN**

Competencias Generales

Conocimiento de los diferentes agentes que intervienen en el proceso de creación de un evento: la agencia de eventos, estructura organizativa equipos de trabajo

Conocimiento teórico práctico del proceso de organización de eventos desde la planificación hasta la evaluación de resultados

Comprender la importancia de la creatividad dentro de la creación de un evento y ponerla en práctica.

Capacidad de desarrollar razonamiento crítico sobre el aporte del evento para la marca

Habilidad para hablar en público y realizar presentaciones de forma organizada

Capacidad de trabajo en equipo contribuyendo a la consecución de los objetivos previamente establecidos.

Competencias Específicas

- Conocer los fundamentos básicos de la organización de eventos
- Conocer las agencias de eventos su estructura organizacional y las posibilidades de trabajo
- Conocer y poner en práctica las etapas del proceso de creación y producción de eventos
- Conocer y poner en práctica la metodología para la producción y organización de eventos
- Conocer y poner en práctica las herramientas creativas asociadas la producción y creación de un evento
- Conocer y poner en práctica técnicas creativas

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

INTRODUCCION

Presentación, definiciones del curso y sus objetivos

TEMA 1.- FUNDAMENTOS BÁSICOS DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

- 1.1 Qué es un evento
- 1.2 Historia de los eventos
- 1.3 Clasificación de eventos
- 1.4 El mercado de los eventos en España

TEMA 2.- PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN

- 2.1 La agencia de eventos y su estructura organizativa
- 2.2 Equipos de trabajo en los eventos
- 2.3 Etapas del proceso de organización de eventos.
 - Planificación
 - Organización
 - Implementación
 - Control evaluación y resultados
- 2.4 Propuesta metodológica para la producción y organización de eventos
 - Planificación estratégica
 - Planificación organizativa
 - Producción del evento
 - Evaluación
 - La escaleta
- 2.5 Presupuesto y bases de datos de proveedores

TEMA 3.-TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS CREATIVAS

- 3.1- El briefing
- 3.2- El concepto
- 3.3- Técnicas creativas
 - Brainstorming
 - Panel de inspiración
 - Mapas mentales
 - Pensamiento divergente
- 3.4- Productos comunicacionales de un evento

Invitación

Acreditación

Comunicación en sala

Comunicación post evento

TEMA 4 CREATIVIDAD EN LOS EVENTOS

4.1- Factores esenciales

Idea creativa original

Hilo conductor

Ritmo

Factor sorpresa

4.2- Técnicas sensoriales

Visuales

Auditivas

Olfativas

Gustativas

De tacto

4.3 Experiencia de marca en los eventos

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

CLASES MAGISTRALES EN GRUPO

Los temas serán expuestos con ayuda de una presentación en power point

El estudiante tendrá que demostrar su aprendizaje y/o poner en práctica los conocimientos adquiridos al final de cada tema.

VISIONADO DE EVENTOS PUBLICITARIOS Y CASOS

Ilustran la teoría impartida

Fomentará el análisis crítico

PRACTICAS CREATIVAS

CRONOGRAMA

* Este cronograma puede sufrir ligeras modificaciones en función del calendario lectivo.

SEMANA 1: Introducción a la asignatura: Metodología empleada, ejercicios, prácticos, criterios de evaluación.... Requisitos, hábitos que hay que adquirir.

Actividad: Visionado de Entrevista de trabajo Heineken- el candidato charla sobre el uso de eventos para campañas publicitarias.

SEMANA 2: FUNDAMENTOS BÁSICOS DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Qué es un evento

Historia de los eventos

Clasificación de eventos

El mercado de los eventos en España

Actividad: Por definir

SEMANA 3: PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN

La agencia de eventos y su estructura organizativa

Equipos de trabajo en los eventos

Actividad: Por definir

SEMANA 4: PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN

Etapas del proceso de organización de eventos.

Planificación

Organización

Implementación

Control evaluación y resultados

Propuesta metodológica para la producción y organización de eventos

Planificación estratégica

Planificación organizativa

Producción del evento

Evaluación

La escaleta

Ejercicio: Visionado y de construcción de un evento para deducir cuál fue la planificación estratégica, organizativa y la producción de ese evento.

SEMANA 5: PRODUCCIÓN Y ORGANIZACIÓN

Presupuesto y bases de datos de proveedores

evaluación teórica- práctica

SEMANA 6: TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS CREATIVAS

El briefing

El concepto

Actividad: Por definir

SEMANA 7: TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS CREATIVAS

Técnicas creativas

Brainstorming

Panel de inspiración

Mapas mentales

Pensamiento divergente

Actividad: Puesta en práctica de las técnicas creativas

SEMANA 8: TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS CREATIVAS

Productos comunicacionales de un evento

Invitación

Acreditación

Comunicación en sala
Comunicación post evento
Actividad: Brief Ejercicio práctico

SEMANA 9: TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS CREATIVAS

Ejecución y presentación del ejercicio práctico

SEMANA 10: CREATIVIDAD EN LOS EVENTOS

Factores esenciales
Idea creativa original
Hilo conductor
Ritmo
Factor sorpresa
Actividad: Por definir

SEMANA 11.

Técnicas sensoriales

- Visuales
- Auditivas
- Olfativas
- Gustativas
- De tacto

Actividad: Por definir

SEMANA 12.

Experiencia de marca en los eventos
Actividad: Por definir

SEMANA 13: ENTREGA DEL EXAMEN Y TRABAJO EN CLASE

SEMANA 14: REVISOR DE EVOLUCIÓN DEL EXAMEN Y TRABAJO EN CLASE

IMPORTANTE

Aquellos trabajos que se realizan durante horas lectivas no permiten la entrega de los mismos para su valoración y calificación final fuera del horario de la clase donde se llevaron a cabo.

➤ **CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

**CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN
CONVOCATORIA ORDINARIA**

La asignatura de Organización de Eventos sigue un sistema de evaluación continua, por lo que la asistencia a clase resulta imprescindible para superar la asignatura. La no asistencia al 80% de las clases, o la falta de entrega de dos o más prácticas, no permite aprobar la asignatura en convocatoria ordinaria.

La entrega de prácticas se realizará a través de la plataforma de la Universidad Villanueva. NO se admitirán prácticas fuera de fecha, ni entregadas por correo electrónico, ni en formatos diferentes al que se ha solicitado. La discusión y resolución de problemas técnicos se hará con anticipación tal y como exige la preparación para la profesión publicitaria.

La calificación final del alumno será la ponderación de tres notas, siendo imprescindible tener aprobadas todas y cada una de ellas (al menos con 5 puntos sobre 10).

1. Práctica y exposición final. (50% de la calificación final).
2. Ejercicios prácticos desarrollados, entregados en periodo lectivo. (40% de la calificación final).
3. Asistencia a clase. (10% de la calificación final).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

1. Examen final. Versará sobre los temas explicados durante el curso e incluirá ejercicios teóricos y prácticos. (50% de la calificación final).
2. Ejercicios prácticos solicitados durante el periodo lectivo. (50% de la calificación final).

ORTOGRAFÍA Y REDACCIÓN: normas aplicables a la redacción y a las faltas de ortografía, puntuación y acentuación en los trabajos y exámenes realizados por alumnos de los Grados de Comunicación

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, la Dirección del Grado en Periodismo del Área de Comunicación ha aprobado adoptar como norma interna los siguientes criterios de calificación.

Normas aplicables

- a) Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva.
- b) La ortografía será juzgada en su totalidad letras, tildes y signos de puntuación y valorada dentro de la capacidad de expresión del alumno.
- c) Hechas estas consideraciones generales, se establecen las normas siguientes:
 - i. Por cada falta de ortografía, incluidas las tildes, se deducirá medio punto de la calificación del ejercicio.
 - ii. Cuando se repita la misma falta de ortografía, se contará como una sola.
 - iii. Por la reiteración de errores de puntuación se podrán deducir hasta dos puntos de la calificación del ejercicio, según la apreciación del corrector.

Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

NOTA ADICIONAL

En caso de plagio o copia, se suspenderá automáticamente la convocatoria en la que se hubiese cometido esta irregularidad, anulándose todas las notas calificadas hasta la fecha, que no se guardarán para otras convocatorias.

➤ **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

Cuadrado Esclapez, C. Rodríguez Cuadrado R. (2017): EL ABC EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS. Fund. Confemetal.

Sánchez Gonzalezm, M. (2016): Técnicas de organización de eventos. Editorial Síntesis.

Fenich, G. (2014). Planificación y gestión de reuniones, exposiciones, eventos y convenciones.

Jacobo Krauel, (2009). DISEÑO DE EVENTOS: INNOVACIÓN Y CREATIVIDAD

Bruno Camus, 2007. EL TIEMPO Y LOS EVENTOS

J.D. Barquero y Fernando Fernández, 2004. EL LIBRO AZUL DEL PROTOCOLO Y LAS RRPP,

Michel Desbordes y Julien Falgoux, 2006. GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO

Diego Zala, 2010. LA COMUNICACIÓN EN LOS EVENTOS,

Fernando Ramos, 2002. LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA E INSTITUCIONAL: DE LA IMAGEN AL PROTOCOLO.

Carlos Fuente, 2005. MANUAL PRÁCTICO PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

Gloria de Campos, 2008. PRODUCCIÓN DE EVENTOS.

Raúl Sánchez Pérez. Marketing experiencial: La revolución de las marcas

Fuente Lafuente, Carlos (2005): Manual Práctico para la organización de eventos. Técnicas de organización de actos II. Madrid, Ediciones Protocolo

Álvarez Ruiz, A. (2012). La magia del planner. Ed. Esic.

Galmés Cerezo, M. (2010). La Organización de Eventos como herramienta de Comunicación de Marketing. Modelo integrado y experiencial. Universidad de Málaga

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

Los alumnos podrán consultar sus dudas durante la clase y por medio de tutorías individuales o colectivas.

TUTORÍAS PROGRAMADAS

Grupos: seguimiento y resolución de las dudas que puedan surgir en la consecución de los trabajos

programados

Individuales: orientación para aquellos alumnos que encuentren dificultades en el aprendizaje de la materia impartida. Se realizará una al mes.

El **horario y el calendario de exámenes** puede consultarse en el campus virtual.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

A