

GUÍA DOCENTE

Marketing en los Eventos

Máster Universitario en Dirección, Organización y
Producción de Eventos Corporativos e
Institucionales

CURSO 2017-18

I.- Identificación de la asignatura

Tipo	Obligatoria
Período de impartición	Semestre 1º
Nº de créditos	3
Idioma en el que se imparte	Castellano
Modalidad	Presencial

II.- Presentación

A través del marketing aplicado a los eventos se pretende ofrecer al público asistente a los mismos una experiencia única que permita que se sienta identificado con la marca. Para ello es necesario saber elaborar un plan de marketing o desarrollar habilidades de relaciones públicas. Cómo crear notoriedad, generar leads, conectar con el cliente o aplicar el networking son algunos de los aspectos que los alumnos podrán conocer a lo largo de este módulo para asegurar la visibilidad de la marca para la que se trabaje.

II.A- Resultados de Aprendizaje

- Conocer la terminología básica de las técnicas de marketing y relaciones públicas en los eventos.
- Elaborar un plan de marketing básico aplicado.
- Manejar las herramientas propias del marketing y aplicarlas a la organización y promoción de eventos.
- Desarrollar habilidades comunicativas para el desarrollo de redes de contactos.
- Identificar los públicos de las organizaciones y su implicación en las estrategias de marketing.
- Manejar las estrategias de las relaciones públicas empresariales e institucionales.

III.- Competencias

Competencias Básicas

- 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.

Competencias Generales

- CG01 Capacidad de análisis y síntesis de los conceptos necesarios para comprender y desarrollar los temas a tratar con razonamiento crítico
- CG02 Capacidad de organización y planificación de su trabajo mediante la recopilación y sistematización de datos
- CG03 Capacidad para argumentar y debatir oral y por escrito en lengua nativa sobre temas de interés actuales generalistas y especializados en el entorno de la industria de los eventos.

Competencias Transversales

- CT01 Aprendizaje autónomo
- CT02 Compromiso ético y social en el trabajo
- CT03 Creatividad

Competencias Específicas

- CE01 Capacidad de interpretar y valorar las peculiaridades de los diversos entornos empresariales que intervienen en la industria de eventos.
- CE05 Capacidad de diseñar y desarrollar diferentes acciones de marketing operativo en la gestión de

eventos.
 CEII Capacidad de analizar el contexto donde se desarrollan los eventos y las estrategias de comunicación que deben aplicarse y diseñar las acciones operativas de índole comercial, publicitario, de comunicación interna, y aquellas que afectan a los medios de comunicación.

IV.- Contenido

IV.A.- Temario de la asignatura

- Fundamentos básicos del marketing.
- Análisis de mercado.
- Marketing y eventos.
- Management Comercial
- Marketing estratégico
- Marketing online.
- Las herramientas del marketing en los eventos.
- Investigación, medición y evaluación.
- Plan de marketing aplicado (caso práctico).

IV.B.- Actividades formativas

Tipo	Descripción
Prácticas / Resolución de ejercicios	Resolución de prácticas y ejercicios.
Lecturas	Se indicarán al inicio de la asignatura
Otras	Análisis

V.- Tiempo de Trabajo

Preparación de contenidos teóricos: búsqueda, selección, análisis y comentario contenidos teóricos. Lecturas recomendadas.	10
Trabajos individuales: resolución de casos prácticos o elaboración de informes acerca de un tema propuesto por el profesor. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral del trabajo desarrollado.	10
Trabajos colectivos: elaboración de informes, realizados por grupos de alumnos, acerca de temas propuestos por el profesor o elegidos por los alumnos. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral del trabajo desarrollado.	5
Debates y crítica constructiva acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de las asignaturas.	4
Asistencia a clases teóricas presenciales.	15
Asistencia a clases prácticas / resolución de problemas / casos prácticos.	10
Asistencia a tutorías académicas tanto presenciales como virtuales: Los alumnos se reunirán, o mantendrán contacto virtual, periódicamente con el profesor para que éste pueda orientarles y guiarles en el proceso de adquisición de las competencias.	4
Asistencia a seminarios, jornadas o conferencias sobre temas relacionados con las materias del área de conocimiento.	2
Otras actividades formativas: visionado de videos, lecturas recomendadas, comentarios bibliográficos, exposición crítica de temas, etc.	2
Preparación de pruebas	3
Realización de pruebas	10
Total de horas de trabajo del estudiante	75

VI.- Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases teóricas presenciales	Semana 1 a Semana 3	Mediante clases magistrales se expondrán y explicarán los conocimientos básicos que deben adquirirse en la asignatura, suscitando el debate y guiando el

		estudio de los mismos.
Clases prácticas presenciales	Semana 1 a Semana 3	Desarrollo de habilidades y destrezas relacionadas con los contenidos teóricos de la materia.
Tutorías presenciales	Semana 1 a Semana 3	Intercambio de ideas y resolución de dudas con el profesor correspondiente sobre los contenidos de la asignatura y la realización de los trabajos prácticos.

VII.- Métodos de evaluación

VII.A.- Ponderación para la evaluación

Evaluación ordinaria:

La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. Atendiendo a las características específicas de cada grupo el profesor podrá, en las primeras semanas de curso, introducir cambios que considere oportunos comunicándolo al Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos.

Evaluación extraordinaria: Los alumnos que no consigan superar la evaluación ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía.

Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

Cada profesor especificará en su grupo la organización de cada uno de los apartados de evaluación:

- **Pruebas teórico-prácticas en las diversas modalidades posibles (escritas u orales, de desarrollo o tipo test) presenciales: 30%**
- **Asistencia y participación en clases presenciales: 20%**
- **Realización de trabajos individuales y en grupo: 50%**

ASISTENCIA. El alumno está obligado a asistir al 80% de las clases impartidas.

PLAGIO. Las actividades y trabajos universitarios deberán ser originales. Cuando se empleen fragmentos ajenos deberán estar adecuadamente citados. Los casos de plagio total o parcial serán penalizados con la no evaluación de dicho trabajo, ni posibilidad de reevaluarlo.

ORTOGRAFÍA. Las faltas de ortografía supondrán una disminución en la calificación final. En la calificación de las actividades, trabajos y exámenes universitarios serán evaluados no solo los contenidos, sino también todos los aspectos que contribuyen a una correcta expresión escrita como son la presentación formal, la estructura, organización de las ideas y contenidos, la correcta ortografía, la puntuación, etc. En definitiva, se evaluará que la expresión sea la correspondiente a un nivel universitario.

Con respecto a la redacción y presentación, se tendrán en cuenta los siguientes criterios: en cada prueba se restarán 0,5 puntos por cada falta de ortografía; se restarán 0,3 puntos por cada error de acentuación y 0,5 puntos por cada 10 errores de puntuación.

EXPRESIÓN. La calificación de las pruebas escritas incluye los aspectos como la ortografía, puntuación y acentuación, así como la expresión correspondiente a un nivel universitario. También se tendrá en cuenta en la calificación, la estructura y presentación del texto escrito. Se prestará atención también a la legibilidad gráfica y de contenidos, al orden de la estructura del texto, sintaxis y concordancias, incluido el uso de los marcadores adecuados.

VII.B.- Evaluación de los alumnos con dispensa académica

Para que un alumno pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la 'Dispensa Académica' para la asignatura, que habrá solicitado al Decano/a o Director/a del Centro que imparte su titulación. La

Dispensa Académica se podrá conceder siempre y cuando las peculiaridades propias de la asignatura lo permitan.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión de las pruebas de evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos. 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.

VII.E.- Conducta Académica

Véase normativa de conducta académica

VIII.- Recursos y materiales didácticos

Bibliografía obligatoria

SISKIND, B. (2007). Marketing para eventos. Ediciones Deusto.

Bibliografía de consulta

LENDERMAN, M., y SANCHEZ, R. (2008). Marketing experiencial: la revolución de las marcas. ESIC Editorial, Madrid.

MUÑOZ, F. (2013). La marca de la felicidad. Editorial Lid, Madrid

IX.- Profesorado

Nombre y apellidos	
Correo electrónico	
Horario de tutorías	Concertar con el profesor a través del mail

*NOTA: Consultar la guía docente de la modalidad a distancia.