

## DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

<b>Asignatura:</b>	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES
<b>Año Académico:</b>	2014-2015
<b>Titulación:</b>	Grado en Gestión Cultural
• <b>Código:</b>	101312213
• <b>Tipo:</b>	Formación Obligatoria
• <b>Curso:</b>	Tercero
• <b>Materia:</b>	Empresa
• <b>Módulo:</b>	Metodología, instrumentos y técnicas para la gestión y la intervención cultural
<b>Cuatrimestre:</b>	Primer Cuatrimestre
<b>Horario de clase:</b> <sup>1</sup>	Lunes y martes de 18:00 a 19:30 horas
<b>Créditos:</b>	6 créditos
<b>Idioma de instrucción:</b>	Español
<b>Apoyo Virtual:</b>	Plataforma Moodle

## DATOS BÁSICOS DEL PROFESORADO

<b>Nombre:</b>	Antonio Manuel Martínez López (Coordinador)
<b>Área:</b>	Organización de Empresas
<b>Departamento:</b>	Dirección de Empresas y Marketing
<b>Centro:</b>	Facultad de Ciencias Empresariales
<b>Despacho:</b>	nº 34 (F. Empresariales)
<b>E-Mail:</b>	manu.martinez@dem.uhu.es
<b>Teléfono:</b>	959217908
<b>Página web:</b>	www.uhu.es/manu.martinez
<b>Tutorías:</b>	
Cuatrimestre 1:	Martes de 09:30 a 12:00 Miércoles de 10:30 a 12:30 Jueves de 18:30 a 20:00
Cuatrimestre 2:	Lunes de 17:30 a 19:00 Martes de 10:30 a 12:00 Miércoles de 10:00 a 12:30
<b>Periodo de Docencia:</b>	1º cuatrimestre

---

1

El horario de tutorías y el horario de clase pueden sufrir modificaciones con fecha posterior a la publicación de esta guía docente. Los cambios permanentes a dichos horarios aparecerán debidamente anunciados en la página web de la Facultad (en el caso de horarios de clase) y en los tableros de anuncios de los departamentos respectivamente (en el caso de los horarios de tutoría)

## **DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA**

### **1. DESCRIPTOR**

Dominar la organización y gestión de cualquier tipo de evento y proceso cultural. Conocer y dominar las diferentes técnicas y procedimientos teóricos y prácticos de la producción de eventos de negocio y culturales conociendo para ello toda la planificación operativa, las estrategias, los proveedores, los mercados y clientes, los competidores, la comercialización y las formas de innovar en la gestión de eventos culturales.

### **2. REQUISITOS Y RECOMENDACIONES**

No se establecen requisitos previos.

### **3. TEMARIO DESARROLLADO**

#### **TEMA 1: EL SEGMENTO CULTURAL Y EL SEGMENTO MICE (MEETING, INCENTIVOS, CONGRESOS, EVENTOS).**

- 1.1. Marco conceptual de estudio del segmento cultural.
- 1.2. Producto cultural: definición y tipos.
- 1.3. Importancia económica del segmento cultural.
- 1.4. Marco conceptual de estudio del segmento eventos, congresos y convenciones.
- 1.5. Producto MICE: definición y tipos.
- 1.6. Importancia económica del segmento MICE.

#### **TEMA 2: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES.**

- 2.1. La organización de congresos y de eventos.
- 2.2. Definición y tipos de eventos. Los eventos culturales.
- 2.3. Herramientas clave para la gestión del evento.
- 2.4. Planificación operativa. Etapas de un evento.
- 2.5. Planificación operativa. La definición de los objetivos.
- 2.6. El Diseño del pre-evento: cronograma, logística, elección de fechas, sedes,...
- 2.7. El pre-evento y social media. Cómo dar a conocer tu evento.
- 2.8. Las distintas secretarías. La división de funciones.
- 2.9. Normas de protocolo y ceremonial. Normativas nacionales y autonómicas.
- 2.10. Tratamiento, saludos e invitaciones.
- 2.11. Uso de simbología, banderas e indumentaria.
- 2.12. Evento. Los días previos.
- 2.13. Evento. Acciones a gestionar durante la celebración.
- 2.14. Cómo gestionar el contenido durante el evento.
- 2.15. Cómo hacer fluir el networking durante el evento.
- 2.16. Post-evento. Evaluación y cierre del evento. Control y evaluación de resultados.
- 2.17. Factores críticos de éxito de un evento.

#### **TEMA 3: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES.**

- 3.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales.
- 3.2. Diez pasos para lograr el éxito en el evento.
- 3.3. Ficha técnica de un plan de negocios de un evento.
- 3.4. Casos prácticos de la elaboración del plan de negocios de un evento. El diseño y gestión en todas sus fases.
- 3.5. Análisis del entorno en gestión de eventos y procesos culturales.
- 3.6. Análisis de los escenarios competitivos.
- 3.7. Formulación de estrategias en la gestión de un evento.

#### **TEMA 4: EL PRODUCTO EN LA GESTIÓN DE EVENTOS CULTURALES.**

- 4.1. La estrategia de producto y mercado en al gestión de eventos.
- 4.2. La segmentación del cliente en el producto cultural y MICE.
- 4.3. El análisis de los mercados internacionales.
- 4.4. El producto cultural y el producto de eventos.
- 4.5. La importancia de los productos complementarios.

- 4.6. Los museos como producto cultural y como producto de eventos.
- 4.7. La gestión de megaeventos, los acontecimientos deportivos y los religiosos.
- 4.8. Los festivales musicales.
- 4.9. Los festivales de cine.

#### **TEMA 5: LOS PROVEEDORES PROFESIONALES DE EVENTOS.**

- 5.1. Los organizadores profesionales de eventos.
- 5.2. Los proveedores profesionales de eventos más importantes a nivel nacional.
- 5.3. Los proveedores profesionales de la oferta. El caso concreto de los TTOO y grupos turísticos como proveedores de eventos.
- 5.4. Las cadenas hoteleras como organizadoras profesionales de eventos.
- 5.5. Empresas PYMEs de gestión cultural y eventos repartidas por el territorio español. Muestrario de productos diferenciados.
- 5.6. Otros tipos de proveedores. Parques temáticos.

#### **TEMA 6: EL FACTOR PRECIO Y LA FINANCIACIÓN EN EL GESTIÓN DE EVENTOS.**

- 6.1. Las estrategias competitivas en la gestión de eventos.
- 6.2. La estrategia basada en el factor precio.
- 6.3. La estrategia basada en la diferenciación y en la segmentación.
- 6.4. La financiación del evento.
- 6.5. Los objetivos de producción y de costes.
- 6.6. Gestión presupuestaria. Análisis de la cuenta de explotación.
- 6.7. Las fuentes de financiación.
- 6.8. Los patrocinios, mecenazgos y colaboradores.
- 6.9. La venta de espacio de exposición comercial.

#### **TEMA 7: LA PROMOCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO CULTURAL Y DE EVENTOS.**

- 7.1. La promoción y localización en los destinos de eventos culturales.
- 7.2. La imagen corporativa. El valor de la marca en la comercialización de eventos.
- 7.3. La marca España y su importancia en la gestión de eventos.
- 7.4. Los medios de comunicación. La gestión de secretaría u oficina de prensa.
- 7.5. La innovación en comercialización. Los eventos como herramienta de marketing.
- 7.6. La innovación en comercialización. Imagen y comunicación. El uso de las redes sociales y los avances tecnológicos para la promoción de eventos culturales.

#### **TEMA 8: GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CALIDAD EN EL PRODUCTO CULTURAL Y DE EVENTOS.**

- 8.1. La gestión de la innovación en empresas de gestión de eventos.
- 8.2. Innovación y gestión de la calidad en productos y procesos en empresas de eventos culturales.
- 8.3. La innovación organizacional y la gestión del talento.
- 8.4. La creatividad y la innovación en la gestión de eventos.
- 8.5. Recursos de dinamización de un evento. Invitados de prestigio, showmans, animación artística, espectáculos, juegos y actividades...
- 8.6. Innovación, estructura y cultura empresarial.
- 8.7. Innovación abierta, conectividad y trabajo colaborativo.
- 8.8. Liderazgo y gestión del cambio en empresas de gestión cultural y de eventos.

## **4. BIBLIOGRAFÍA**

### **4.1 GENERAL**

- FUENTE LAFUENTE, Carlos. Manual Práctico para la organización de eventos. Técnicas de organización de actos. Madrid: Protocolo, 2005. 2 v. ISBN: 978-84-95789-15-0.
- HERRERO BLANCO, Paloma. Gestión y organización de congresos. 1ª ed.; 2ª reimp. Madrid: Síntesis, 2005. 176 p. [Colección Gestión turística; núm. 28]. ISBN: 978-84-7738-760-2
- TRIVIÑO, Yolanda. Gestión de eventos feriales - diseño y organización. 1ª ed.; 2ª reimp. Madrid: Síntesis, 2011. 256 p. ISBN: 978-84-9756-400-7

### **4.2 LECTURAS OBLIGATORIAS**

Se indicarán en clase.

## **5. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE**

Dominar toda la planificación operativa y estratégica que gira alrededor de la gestión de eventos culturales.

Interpretar las situaciones y los problemas que se presenten en la gestión de organizaciones culturales, tratarlos con rigor y mejorar el procedimiento de toma de decisiones.

Analizar y tratar los problemas de las organizaciones y aplicar en cada caso el método más adecuado para su resolución.

### **5.1 COMPETENCIAS GENÉRICAS**

CG1 - Capacidad de análisis y síntesis.

CG3 - Comunicación oral y escrita en la lengua materna y/o en una lengua extranjera.

CG11- Capacidad de liderazgo. Habilidad para el diseño y gestión de proyectos.

CG18 - Capacidad de iniciativa y espíritu emprendedor.

### **5.2 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

CE6 - Conocimiento básico de marketing, de organización y gestión empresarial.

CE7 - Conocimiento del sector profesional y empresarial de la cultura, así como de las redes profesionales de la gestión cultural.

CE9 - Conocimiento de los elementos básicos de legislación en el ámbito de la cultura y de las políticas culturales.

CE10 - Conocimiento básico de relaciones internacionales.

CE11 - Conocimiento básico de economía y política económica en relación con el sector de la cultura, de los mercados culturales y la industria cultural (artes escénicas, música, artes plásticas y audiovisuales, cine, literatura y arte emergente).

CE12 - Conocimiento de los programas y herramientas para la cooperación territorial, institucional y empresarial.

CE21 - Utilizar las técnicas y herramientas para la negociación en el ámbito de la cultura.

CE24 - Conocer, comprender e interpretar la diversidad social y cultural.

## **6. METODOLOGÍA DOCENTE**

A una asignatura de 6 créditos le corresponden 150 horas de trabajo del alumno, de las cuales 45 horas son presenciales. Las diferentes actividades de la asignatura se distribuyen de la siguiente manera:

- Clases Teóricas (Grupo Grande): 36
- Clases Prácticas (Grupo Pequeño): 9
- Tutorías Especializadas (presenciales o virtuales):
  - A) Colectivas: -
  - B) Individuales: 5
- Realización de Actividades Académicas Dirigidas:
  - A) Con presencia del profesor: -
  - B) Sin presencia del profesor:
    - 1. Preparación de trabajos teórico-prácticos individuales: 20
    - 2. Preparación de trabajos teórico-prácticos en equipo: 10
- Otro Trabajo Personal Autónomo:
  - A) Horas de estudio: 50
  - B) Horas de lectura:

- C) Realización de ejercicios: 15
- Realización de Exámenes:
  - A) Exámenes escritos: 4
  - B) Revisión de exámenes: 1

Para el desarrollo de esta asignatura se hará uso de las siguientes actividades docentes:

- Sesiones académicas teóricas
- Exposición y debate
- Sesiones académicas prácticas

#### **DESARROLLO Y JUSTIFICACIÓN:**

##### **A. SESIONES DE GRUPO GRANDE:**

Para estas sesiones los recursos que se utilizarán son la pizarra (tradicional y/o en su versión electrónica), las proyecciones de presentaciones con la ayuda del ordenador y material suplementario suministrado por el profesorado (fotocopias, archivos electrónicos, etc.).

##### **B. SESIONES DE GRUPO REDUCIDO (PRÁCTICAS)**

Estas clases prácticas serán interactivas y la participación del/la alumno/a será tomada en cuenta a la hora de valorar su adaptación al grado de aprendizaje.

##### **C. OTRAS ACTIVIDADES DOCENTES**

Para el seguimiento de las clases teóricas y prácticas estará disponible en la plataforma de teleformación de la Universidad de Huelva, el plan de trabajo, los horarios de las clases teóricas y prácticas, así como enlaces de interés de la asignatura

## **7. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN**

### **A. PRIMERA CONVOCATORIA:**

#### **INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:**

- Examen
- Trabajos
- Evaluación continua

#### **CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:**

**Examen escrito.** Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos: 70%

Realización de **trabajos teórico-prácticos** individuales o/y colectivos: 20%

**Evaluación continua.** Valoración del trabajo personal a través de controles escritos, , trabajos y actividades académicas dirigidas, portafolios, participación en clases presenciales, asistencia a actividades formativas (clases, foros, seminarios, jornadas...), exposiciones, ejercicios prácticos elaborados a lo largo del curso y asistencia a tutorías: 10%

#### **CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**

Examen escrito:

- Grado de capacidad de resolución de problemas y aplicación de los contenidos teóricos a la práctica
- Grado de desarrollo de la capacidad de síntesis
- Grado de conocimiento, comprensión e información
- Ausencia de errores
- Utilización adecuada de los conceptos y terminología

- Coherencia interna del ejercicio, y de éste con la totalidad de los conocimientos
- Corrección en la utilización de la ortografía, gramática y sintaxis
- Capacidad de interrelacionar teorías, modelos, conceptos
- Concreción y exactitud de las respuestas
- Nivel de estudio

Trabajos:

- Grado de capacidad de resolución de problemas y aplicación de los contenidos teóricos a la práctica
- Grado de conocimiento, comprensión e información
- Claridad de análisis y exposición de resultados
- Grado de utilización de bibliografía y fuentes auxiliares
- Corrección en la utilización de la lengua de forma oral y escrita

Evaluación continua:

- Corrección en la utilización de la lengua de forma oral y escrita
- Claridad de análisis y exposición de resultados
- Grado de capacidad en la resolución de problemas
- AAD: capacidad del alumnado para planificar, desarrollar y presentar un trabajo empírico sobre diferentes facetas de la asignatura
- Participación en las clases.

## **B. SEGUNDA CONVOCATORIA:**

### **INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:**

- Examen
- Trabajos
- Evaluación continua

### **CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:**

Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos: 70%

La calificación obtenida por el alumno tanto en los trabajos presentados durante el desarrollo del curso (20% de la nota final) como en la evaluación continua (10%) será mantenida para la segunda convocatoria.

### **CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**

Se mantienen los mismos criterios que en la primera convocatoria.

## 8. PREVISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DOCENTE SEMANAL

Este cronograma es una aproximación y puede sufrir cambios.

PRIMER CUATRIMESTRE	Sesiones teóricas	Sesiones prácticas	Sesiones teórico-prácticas	Tutorías Especializadas			
<b>OBSERVACIONES</b>							
28 Sept-2 Oct	3						
5-9 Oct	3						
12-16 Oct		3					
19-23 Oct	3						
26-30 Oct	3						
2-6 Nov		3					
9-13 Nov	3						
16-20 Nov	3						
23-27 Nov	3						
30 Nov-4 Dic		3					
7-11 Dic		3(*)					
14-18 Dic	3						
19 Dic-6 Ene	<b>NAVIDAD</b>						
7-8 Ene	3						
11-15 Ene	3						
18-22 Ene		3					
Pruebas de evaluación							

(\*) La clase del lunes 7 de diciembre se recuperará el día 14 de diciembre, lunes, en horario de 12 a 13,30 horas.