

# Máster en Dirección de Eventos y Turismo de Negocios

Curso: 2019-2020

## Guia docente

Materia: Dirección de marketing en el sector MICE

Asignatura: Marketing para diseñar eventos

Periodo: Semestre 2

Profesores:

Dra. Esther Binkhorst

Publicación para el uso exclusivo de la Facultad de Turismo y Dirección Hotelera Sant Ignasi (Universitat Ramon Llull)

No se permite su reproducción total o parcial

---

MÓDULO: GESTIÓN DE LOS EVENTOS Y DEL TURISMO DE NEGOCIOS

MATERIA: DIRECCIÓN DE MARKETING EN EL SECTOR MICE

ASIGNATURA: MARKETING PARA DISEÑAR EVENTOS

CÓDIGO: MDE18MDE

IDIOMA: CASTELLANO

CURSO: 1

PERIODO: SEMESTRE 2

CREDITOS: 5 ECTS

---

## 1. Objetivos de la asignatura

- Aprender a diseñar eventos en relación con la economía de la experiencia, la co-creación, design thinking y el marketing.
- Aprender a diseñar eventos mediante herramientas de design thinking.
- Aprender a planificar mejor los eventos para aumentar el retorno de la inversión (ROI).
- Aprender la importancia de los eventos como herramienta de marketing.

## 2. Competencias desarrolladas

### Básicas

B06 - 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

B07 - 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

B08 - 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

B09 - 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

B10 - 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

T01 - Desarrollar habilidades de relaciones interpersonales que permitan gestionar equipos de trabajo multidisciplinares y multiculturales

T02 - Potenciar la iniciativa y el espíritu emprendedor para proponer nuevos planteamientos que permitan introducir mejoras competitivas

### 3. Contenido

Sesión 1: Diseño de eventos 1 (EB).

Sesión 2: Diseño de eventos 2 (EB).

Sesión 3: Retorno de la Inversión de eventos (EB).

Sesión 4: Marketing experiencial (EB).

Sesión 5: Eventos & emoción 1 (GM).

Sesión 6: Eventos y emoción 2 (GM) .

Sesión 7: Sesión de trabajo (EB).

Sesión 8: Presentaciones finales (EB).

### 4. Metodología de enseñanza

**Exposición del estudiante (individual o en grupo).**

**Exposición del profesor.**

**Estudio de casos.**

**Estudio personal o en grupos de estudio.**

**Role-plays.**

**Trabajo individual o en grupo.**

**Exposición del profesor.**

**Lecturas.**

### 5. Actividades de evaluación

#### **Convocatoria Ordinaria**

- **Listado de 5 artículos y resumen de uno de ellos. (Dic, 09/2019)**

Trabajo académico (Individual - 15%)

Competencias evaluadas: B08, B10

- **Pirámide ROI (Dic, 17/2019)**

Trabajo académico (Individual - 15%)

Competencias evaluadas: B07, B08

- **Design thinking y Visual Mapping (Mar, 19/2020)**

Trabajo académico (Individual - 30%)  
Competencias evaluadas: B06, B07, B09

- **Presentaciones finales (Mar, 24/2020)**

Trabajo académico (Grupo - 40%)  
Competencias evaluadas: B06, B07, B09, T01, T02

### **Convocatoria extraordinaria**

- **Trabajo académico (Individual - 100%)**

Competencias evaluadas: Dependiente de los trabajo(s) suspendido(s), una o más de la(s) competencia(s) B06, B07, B08, B09, B10, T1, T2

## 6. Bibliografía

### **Lecturas obligatorias**

Binkhorst, E. and T. den Dekker (2009), Agenda for co-creation tourism experience research. Journal of Hospitality Marketing and Management, Special issue Experience Marketing, Vol 18 (2-3), 1-17 (Moodle)

Binkhorst, E. (2008), Turismo de co-creación: valor añadido en escenarios turísticos. Revista de investigación en turismo / Journal of tourism research, Vol 1 (1) 40-51 (Moodle)

Bowdin, Glenn, Mc Donnell, Allan, O'toole (2006), Events Management, Butterworth-Heinemann, Oxford (CDT)

Faust, Merdes, Siebel (2012), Event Management Meets Service Design. Touchpoint, Vol 4 (2) 12-15 (hard-copy in class)

Pine, J. and Gilmore J. (1999), The experience economy, work is theatre and every business is a stage. Harvard Business School Press, Boston (CDT)

Phillips, J., M. Myhill and J. B. McDonough, Proving the value of meetings and events, how and why to measure ROI. ROI Institute and MPI, USA, 1-26 (CDT)

Prahalad C.K. and V. Ramaswamy (2004), Co-creation experiences: the next practice in value creation, Journal of interactive marketing, Vol. 18, (3), 5-14 (CDT)

Vanneste, M. (2007), Meeting Architecture, a manifesto. Vestagraphics, Poland (CDT)

## Lecturas recomendadas

Stickdorn M., Schneider, J. (2011) This is Service Design Thinking. BIS Publishers, Amsterdam. 144-373

Phillips, P.P., J. Phillips (2005) Return on Investment (ROI) Basics. Alexandria: ASTD Press.

Torrents, R. (2005). Eventos de empresa. El poder de la comunicación en vivo. Barcelona: Ediciones Deusto.

Eventoplus Magazine, monthly event magazine by Grupo Eventoplus

Touchpoint, The Journal of Service Design (2012). Volume 4 (2).

Shaparova, N. (2013), Event Co-creation, Case: Restaurant Day at Porvoo Campus. Bachelor Thesis DP in International Business HAAGA-HELIA, 1-57 (Moodle)

## 7. Profesorado

**Dra. Esther Binkhorst** (Profesor titular) - [esther.binkhorst@htsi.url.edu](mailto:esther.binkhorst@htsi.url.edu)

Esther Binkhorst (1968) se doctoró en Marketing Experiencial en la Universidad de Tilburg, Países Bajos, después de graduar en Consumer Sciences en la Universidad de Wageningen, Países Bajos, en 1993. Vino a vivir en España en el año 2002 y empezó a impartir clases en diferentes universidades a nivel nacional e internacional. Fundó la empresa 'Co-creations' en 2006, ofreciendo soluciones a sus clientes para mejorar la experiencia del usuario, guiando el proceso de innovación, dando in-house-training y organizando eventos de networking. En 2004 empezó a impartir clases en La Facultad de Turismo & Dirección Hotelera Sant Ignasi (URL) en el Grado de Gestión Turística y Hotelera (GTH), y en los Masters 'Innovative Hospitality Management' y 'Dirección de Eventos y Turismo de Negocios'. Sus áreas de conocimiento son event management, service design, customer experience, innovación, turismo co-creativo y métodos de investigación por lo cual fue también profesora titular de la asignatura Trabajo Final De Grado. Durante el curso académico 2014-2015 fue coordinadora del 4º curso del Grado GTH, y en julio 2015 fue nombrada como Directora del Grado de Gestión Turística y Hotelera. Actualmente es la Directora de Masters Universitarios de la Facultad HTSI.

## 8. Observaciones

\* La información referente al calendario académico, horarios lectivos, calendario de exámenes y asignación de aulas se publicará oportunamente en el campus virtual y la web pública de la Facultad.

\* La normativa académica de la Facultad es de obligado cumplimiento para todos los miembros de la misma.