

Máster en Dirección de Eventos y Turismo de Negocios

Curso: 2019-2020

Guia docente

Materia: Tipologías de eventos

Asignatura: Tipologías de eventos

Periodo: Semestre 2

Profesores:

Sr. Rubén Dalmau Gabás

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: LA INDUSTRIA DE LOS EVENTOS Y DEL TURISMO DE NEGOCIOS

MATERIA: TIPOLOGÍAS DE EVENTOS

ASIGNATURA: TIPOLOGÍAS DE EVENTOS

CÓDIGO: MDE18TE

IDIOMA: CASTELLANO

CURSO: 1

PERIODO: SEMESTRE 2

CREDITOS: 10 ECTS

1. Objetivos de la asignatura

Los Eventos son una herramienta compleja de marketing. El objetivo de la asignatura es familiarizar a los alumnos con las distintas tipologías de Eventos y dotarles del criterio que les permita diseñar su propio Evento en la forma que les permita conseguir los objetivos que se hayan marcado, satisfaciendo las expectativas de las distintas partes implicadas en el mismo (promotor, clientes, patrocinadores, etc.). Para desarrollar esta faceta de "event designers" los alumnos deberán ser capaces de:

- Estructurar las distintas tipologías de eventos en función de los objetivos que persiguen (ferias, congresos, eventos corporativos, eventos deportivos, etc.).
- Detallar las características principales de cada tipología, entender los distintos indicadores para la medición de su retorno y las claves del éxito de cada uno de ellos.
- Establecer agrupaciones en base a semejanzas y diferencias como base para diseñar su propio Evento en el formato que les permita conseguir los fines deseados.
- Conocer los perfiles y las funciones clave que desempeñan los profesionales del sector. Asimilar los perfiles requeridos, las responsabilidades asociadas, y los posibles planes de carrera como opciones profesionales del alumno en el futuro.
- Descubrir el cambio de rumbo del sector en el entorno actual como clave de futuro. Asimilar valores como innovación, excelencia, diferenciación, exclusividad, como palancas de éxito.

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

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

Específicas

E01 - Dirigir y gestionar espacios y destinos turísticos para satisfacer las necesidades de los clientes teniendo en cuenta sus expectativas así como negociar y adaptarse a nuevas situaciones, preservando los principios del alojamiento sostenible y turismo responsable

E03 - Identificar los diferentes agentes globales que participan activamente en la configuración del mercado y la industria del turismo y los eventos para saber cómo competir o cooperar con ellos

3. Contenido

Sesión 1: Introducción a la Estrategia para el Diseño de Eventos y Tipologías de Eventos. Planteamiento de la asignatura y metodología de trabajo. .

Sesión 2: Organizadores de Eventos: Veremos la especialización por tipologías, las diferencias en la estructura organizacional y los distintos perfiles profesionales. .

Sesión 3: Recintos: Entorno y tipologías. Funcionalidades, y valoración. Comercialización y candidaturas..

Sesión 4: Case Study: MWC. Análisis de este macroevento desde el punto de vista de la producción (planificación y ejecución).

Sesión 5: Event Design (I): Sentaremos las bases para empezar a conceptualizar y dimensionar (PnL) nuestro evento (TFM). Sesión práctica por grupos..

Sesión 6: Ferias: Conceptos básicos. Fases en la organización de una Feria. Plan estratégico, comités organizadores, partidas presupuestarias, etc. Lanzamiento de una nueva feria. Casos reales (de éxito y de fracaso).

Sesión 7: Case Study: Smart City Expo Análisis de este evento desde el punto de vista comercial-marketing: definición, diseño, objetivos, planning, etc..

Sesión 8: Association Events: Estructura y peculiaridades del mercado asociativo como promotor de Eventos. Bidding process. Compliance. Casos reales..

Sesión 9: Corporate Events: Estructura y peculiaridades del mercado corporativo como "consumidor" de Eventos. Event management companies. Casos reales..

Sesión 10: Case Study: Ovation DMC Análisis desde el punto de vista del meeting planner: eventos por encargo, conceptualización, propuesta de valor, etc. Casos de eventos corporativos.

Sesión 11: Eventos Deportivos: Organización de eventos deportivos como oportunidad para un destino. Micro-eventos y macro-eventos. Peculiaridades de esta tipología de eventos.

Sesión 12: Case Study: World Roller Games BCN'19 Ejemplo de macro evento público, desde la candidatura y planificación, hasta la ejecución y cierre.

Sesión 13: Event Design (II): Partidas presupuestarias. Estructura básica de un PnL en eventos. Sesión práctica en grupos.

Sesión 14: Innovación y tendencias. Recapitulación de la asignatura.

Sesión 15: TFM. Sesión práctica en grupos. .

4. Metodología de enseñanza

Role-plays.

Trabajo individual o en grupo.

Exposición del profesor.

Lecturas.

Ejercicios prácticos.

Estudio de casos.

Lecturas.

Proyecto tutorizado.

Estudio personal o en grupos de estudio.

Exposición del estudiante (individual o en grupo).

5. Actividades de evaluación

Convocatoria Ordinaria

• Los estudiantes harán un trabajo de research de ferias sobre un sector asignado (preferiblemente relacionado con el proyecto de final de máster) y harán una exposición en clase con los resultados obtenidos. (Ene, 21/2020)

Trabajo académico (Grupo - 30%)

Competencias evaluadas: B06; B08; B09; B10

- **Se plantearán 2 o 3 temas tratados en clase y los alumnos deberán desarrollar uno de ellos (Feb, 04/2020)**

Examen final (Individual - 30%)

Competencias evaluadas: B08; B10

- **Los alumnos trabajarán en la definición de un evento (preferiblemente el que estén trabajando para el TFM) partiendo del análisis de necesidades y oportunidades de los distintos stakeholders. El formato será el de un "resumen ejecutivo" y deberá contener y transmitir una idea clara sobre la propuesta de valor, el presupuesto del evento (orden de magnitud y principales partidas), y las actividades claves que nos permitan conocer cual va a ser la experiencia del cliente participante en el evento (customer journey). (Feb, 06/2020)**

Trabajo académico (Grupo - 40%)

Competencias evaluadas: B07; B10; T02

Convocatoria extraordinaria

- **Examen final (Individual - 100%)**

Competencias evaluadas: B08; B10

Repetición de asignatura sin asistencia: Convocatoria ordinaria

- **Examen final (Individual - 100%)**

Competencias evaluadas: B08; B10

Repetición de asignatura sin asistencia: Convocatoria extraordinaria

- **Examen final (Individual - 100%)**

Competencias evaluadas: B08; B10

Reuniones de seguimiento

Semana 3

Semana 7

Semana 13

6. Bibliografía

Lecturas recomendadas

Yolanda Triviño (2006). Gestión de eventos feriales. Síntesis SA, Madrid

Paloma Herrero (2005). Gestión y organización de Congresos. Síntesis SA, Madrid

Carmen Cuadrado Esclapez, Ruth Rodríguez Cuadrado (2015). El ABC de la organización de eventos. FC Editorial, Madrid

7. Profesorado

Sr. Rubén Dalmau Gabás (Profesor titular) - ruben.dalmau@htsi.url.edu

Licenciado en Ciencias de la Economía por la Universidad de Barcelona. Con experiencia profesional en Randstad y el Banco Santander. Ha desempeñado diversos puestos en Fira Barcelona en áreas de logística, operaciones y comercial. Actualmente es Director de Desarrollo Internacional en Fira de Barcelona. Ha estado muy involucrado en la buena marcha de importantes eventos y ferias como el Congreso Europeo de Cardiología, Mobile World Congress, o Cisco Live entre otros. Es responsable de la segunda asignatura -Tipología de Eventos- de este Máster.

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.
- * Es de obligado cumplimiento un 80% de asistencia a las sesiones lectivas. De no cumplirse este mínimo el estudiante tendrá que presentarse al examen de recuperación. De darse este caso la nota máxima en la asignatura será de un 5,5 después de haber aprobado el examen final. Este se dará el último día de clase de la asignatura y es obligatorio.

PROFESORES INVITADOS

Sra. Sandra Ripoll Badía

Es la directora del proyecto Mobile World Congress para Fira de Barcelona.

Sr. Ugo Valenti

Actualmente es el Director de Smart City Expo World Congress, evento de ciudades inteligentes referente mundial.

Sr. Rudolf Rannegger,
Es responsable de OVATION DMC en España

Sr. Sixte Abadia
Compagina la actividad académica con la actividad profesional vinculada al ámbito de los grandes eventos deportivos y de la consultoría deportiva.

Sr. Marc Caballé
Ha trabajado en la planificación y las operaciones de multitud de grandes eventos deportivos de carácter internacional.