

## 1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	DISEÑO DE EVENTOS Y RRPP
Titulación	GRADO EN MARKETING
Escuela/ Facultad	CIENCIAS SOCIALES
Curso	CUARTO
ECTS	6 ECTS
Carácter	OBLIGATORIA
Idioma/s	ESPAÑOL
Modalidad	PRESENCIAL
Semestre	1º SEMESTRE
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	MARTÍN LÓPEZ, RAQUEL
Docente	MARTÍN LÓPEZ, RAQUEL

## 2. PRESENTACIÓN

En la actualidad, existen eventos de muchos tipos: deportivos, culturales, festivos, sociales o institucionales. Todos ellos tienen en común que requieren de mucha preparación, por lo cual, las empresas pueden organizar sus propios eventos o recurrir a otras empresas para su organización, como veremos gracias a masterclass de empresas externas durante el semestre.

Las organizaciones, a través de los eventos, pueden promocionar productos o servicios, estrechar vínculos profesionales y emocionales con stakeholders, y otros objetivos que conoceremos, junto con todas las gestiones pertinentes, normativa y protocolos sectoriales.

## 3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Competencias básicas:

- CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

**Competencias transversales:**

- CT03 - Trabajo en equipo: Capacidad para integrarse y colaborar de forma activa con otras personas, áreas y/u organizaciones para la consecución de objetivos comunes.
- CT05 - Análisis y resolución de problemas: Ser capaz de evaluar de forma crítica la información, descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes, reconocer patrones, y considerar otras alternativas, enfoques y perspectivas para encontrar soluciones óptimas y negociaciones eficientes.
- CT06 - Adaptación al cambio: Ser capaz de aceptar, valorar e integrar posiciones distintas, adaptando el enfoque propio a medida que la situación lo requiera, así como trabajar con efectividad en situaciones de ambigüedad.

**Competencias específicas:**

- CE06 - Facultad de aplicar los conceptos de comunicación necesarios para generar mensajes efectivos, utilizando los canales adecuados y adaptándose al público objetivo.
- CE14 - Capacidad para integrar en el diseño de soluciones de marketing los criterios de atención a la diversidad que requiere la sociedad actual.
- CE25 - Capacidad para proponer nuevas ideas y buscar soluciones de marketing teniendo en cuenta la diversidad cultural, étnica, demográfica, etc. del mercado que permitan a la empresa mejorar su posicionamiento.

**Resultados de aprendizaje:**

- R.A. 1: Desarrollar en los alumnos la capacidad para desarrollo y gestión de eventos.
- R.A. 2: Conocer la legislación y normativa y su aplicación práctica.
- R.A. 3: Proporcionar una visión integral de los eventos como instrumento de interacción con los “stakeholders” de la empresa.
- R.A. 4: Comprender la importancia de los eventos en la estrategia de marketing.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB4, CB5, CT03, CT05, CT06, CE06, CE14 y CE25	R.A. 1: Desarrollar en los alumnos la capacidad para desarrollo y gestión de eventos.
CB4, CB5, CT03, CT05, CT06, CE06, CE14 y CE25	R.A. 2: Conocer la legislación y normativa y su aplicación práctica.
CB4, CB5, CT03, CT05, CT06, CE06, CE14 y CE25	R.A. 3: Proporcionar una visión integral de los eventos como instrumento de interacción con los “stakeholders” de la empresa.
CB4, CB5, CT03, CT05, CT06, CE06, CE14 y CE25	R.A. 4: Comprender la importancia de los eventos en la estrategia de marketing.

## 4. CONTENIDOS

- La gestión de eventos en la estrategia de las organizaciones.
- Fundamentos de protocolo adaptados a la empresa. Papel de los eventos en la estrategia de marketing.
- Gestión de eventos: reglas básicas, regulación, normativa, organización, logística
- Protocolos sectoriales: diferencias y tendencias creativas e innovadoras

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clases magistrales
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Entornos de simulación
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller

## 6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

**Modalidad presencial:**

Actividad formativa	Número de horas
Tutorías	7
Clases magistrales	40
Clases magistrales asíncronas	10
Trabajo autónomo	35
Exposiciones orales	15
Análisis de casos y resolución de problemas	20
Actividades participativas grupales	20
Prueba de conocimientos	3
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

**Modalidad presencial:**

Sistema de evaluación	Peso
Prueba de conocimiento	50%
Exposiciones orales	20%
Caso/problema	20%
Observación del desempeño	10%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

### 7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

## 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

## 8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Práctica 1	Semana 3-5
Práctica 2	Semana 6-9
Práctica 3	Semana 10-15
Caso/problema	Semana 11-15
Prueba de conocimiento	Enero 2025

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- López, E. y Moreno, P. (2017). *Relaciones Públicas y Organización de Eventos de Marketing*. Marcombo.

También se recurrirá a obras tales como:

- Posner, H. (2013). *Marketing de Moda*. GGmoda.

- Del Olmo, J.L., Paricio, M.P., Sánchez, M. (2018). *Marketing y comunicación de Moda, Lujo y Lifestyle*. CEU Ediciones.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing*. Prentice Hall.

Durante el semestre haremos uso de más bibliografía que se irá citando en el temario.

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

[orientacioneducativa.uev@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa.uev@universidadeuropea.es)

## 11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.