

Gestión de Eventos

Código: 43788
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4316022 Gestión Deportiva / Sport Management	OB	0	2

Contacto

Nombre: Núria Masferrer Llabinés

Correo electrónico: Nuria.Masferrer@uab.cat

Equipo docente externo a la UAB

César Saura

David Hidalgo

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Prerequisitos

No hay prerequisites

Objetivos y contextualización

El objetivo primordial es que los alumnos puedan iniciarse en el estudio de los eventos en general y particularmente en el ámbito deportivo. Para ello, se proporcionará al alumno las herramientas básicas de activación para la toma de decisiones en el ámbito de la gestión deportiva. En concreto los objetivos a nivel formativo son:

- Analizar los diferentes tipos de eventos según su magnitud, repercusión y temporalidad
- Desarrollar modelos adecuados a cada tipo de eventos.
- Analizar el proceso de elaboración y presentación de candidaturas, planificando el calendario adaptado al evento con sus hitos intermedios.
- Elaborar una estructura mínima de organización del mismo
- Estimar un presupuesto y analizando el impacto del mismo,
- Establecer los elementos de la estrategia de comunicación y promoción del evento.
- Introducir el plan de operaciones operaciones de un evento, así como el legado que éste deja en el lugar de celebración y su impacto económico.

Competencias

- Aplicar herramientas y metodologías que facilitan el pensamiento creativo e innovador en las situaciones cotidianas ligadas en el entorno de los negocios deportivos.
- Liderar un equipo y trabajar en equipos multidisciplinarios, participando activamente en las tareas y negociando ante opiniones discrepantes hasta llegar a posiciones de consenso.
- Planificar y gestionar eventos de carácter deportivo.
- 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.

- 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.
- 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.
- Tener razonamiento autónomo y crítico en temas o cuestiones de negocio y aplicación en entornos deportivos.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar herramientas y metodologías que facilitan el pensamiento creativo e innovador en las situaciones cotidianas ligadas en el entorno de los negocios deportivos.
2. Definir modelos de organización de eventos y establecer los modelos adecuados a cada tipo de evento.
3. Diseñar los elementos de la estrategia de comunicación y promoción del evento.
4. Liderar un equipo y trabajar en equipos multidisciplinares, participando activamente en las tareas y negociando ante opiniones discrepantes hasta llegar a posiciones de consenso.
5. Planificar las necesidades que un evento requiere en diferentes espacios o instalaciones deportivas en un territorio concreto.
6. 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.
7. 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.
8. 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.
9. Tener razonamiento autónomo y crítico en temas o cuestiones de negocio y aplicación en entornos deportivos.

Contenido

Tema 1: Introducción

- 1.1 Conceptualización de un evento
- 1.2 Tipos de evento y modelos de organización
- 1.3 Fases de un evento
- 1.4 Candidatura

Tema 2: Comunicación

- 2.1 Marketing
- 2.2 Patrocinio
- 2.3 TV y Media

Tema 3: Operaciones

- 3.1 Project management
- 3.2 Logística y Operaciones
- 3.3 Seguridad y risk management
- 3.4 Venue management

3.5 Acreditaciones

3.6 Tecnología y transformación digital

3.7 Voluntariado

3.8 Ética y RSC - Medio ambiente - Antidoping

Tema 4: Finanzas

4.1 Finanzas de un evento deportivo

4.2 Ticketing

4.3 Plan de negocio

Tema 5: Legado

5.1 Impacto económico

5.2 Turismo y eventos

Metodología

Modalidad en línea

En el caso de la modalidad en línea, la metodología se ajustará para que los alumnos puedan alcanzar todos los resultados del aprendizaje especificados en esta guía y a la vez desarrollar las competencias y habilidades propias de la materia impartida.

A tal efecto, se optimizarán los recursos disponibles en las aulas modle para maximizar la implicación y la motivación de los estudiantes (foros, debates, juegos de simulación, casos de estudio, presentaciones en línea, etc ...)

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Resolución de problemas, ejercicios en el aula ordinaria	10	0,4	1, 2, 3, 4, 5, 8, 6, 9
Sesión magistral participativa	40	1,6	2, 5, 6, 9
Tipo: Supervisadas			
Foros de discusión	10	0,4	3, 4
Resolución de problemas/ Casos de estudio	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5
Tipo: Autónomas			
Estudio personal	60	2,4	2, 3, 5
Realización de trabajos/Informes	10	0,4	1, 2, 3, 5, 7, 8, 6

Evaluación

El primer día de clase, el profesor especificará cuántas y cuáles son las actividades individuales y grupales, en que consisten y concretará qué porcentaje de evaluación tienen cada una siempre respetando el peso total propuesto en la guía docente

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Pruebas teórico-prácticas grupales: Entrega exposición y defensa de los ejercicios y trabajos realizados en grupo	40%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 8
Pruebas teórico-prácticas individuales: Pruebas escritas y orales	20%	2	0,08	1, 2, 3, 5, 7, 8, 9
Trabajos teórico-prácticos individuales: Entrega de ejercicios y trabajos realizados y participación en foros y debates	40%	1	0,04	1, 2, 5, 7, 6

Bibliografía

- Acosta, R. (1999). *Dirección, gestión y administración de las Organizaciones deportivas*. Barcelona: Paidotribo.
- Alberto, C.; Hernando, V.; Fernández, J.A. (1996). *Gestión y dirección de empresas deportivas*. Madrid: Gymnos.
- Aragon, P. (1991). *Técnicas de dirección y marketing para entidades deportivas*. Málaga: UNISPORT / IAD.
- Ayora, D. y García, E. (2004). *Organización de eventos deportivos*. Barcelona, INDE.
- Calonge, A.L. (1999). *La organización y administración de clubes deportivos: manual práctico de gestión*. Modalidad fútbol. Madrid: Civitas Ed.
- Celma, J. (2004). *ABC del gestor deportivo*. Barcelona: INDE.
- De la plata, N. (2001). *Los Servicios Públicos Deportivos*. Serie Estudios Europeos nº 11. Madrid: Universidad Europea - CEES Ediciones. IAD
- Escuela Canaria del Deporte (1998). *Organización de eventos deportivos*. Islas Canarias: -Dirección General de Deportes del Gobierno de Canarias
- García, M., Puig, N. y Lagardera, F. (2002). *Sociología del Deporte*. (2ª edición REVISADA) Madrid: Ciencias Sociales-Alianza Editorial.
- Gil, Jose (1995). *Cómo organizar una competición deportiva*. Barcelona. Ed. Flash Books.
- Greenwell, C. (2013). *Managing Sports Events*. Champaign (IL): Human Kinetics.
- Heinemann, Klaus (1999). *Sociología de las organizaciones voluntarias. El ejemplo del club deportivo*. Estudios de economía y sociología. Valencia: Ed. Tirant lo Blanch.
- Landaberea, J.A. (1992). *El contrato de sponsorización deportiva*. Pamplona: Aranzadi.
- Landaberea, J.A. (2000). *Guía práctica para elaborar contratos de patrocinio*. Cuadernos -Kirolgi nº 1. Gipuzkoa, Ed. Fundación Kirolgi.

-Martin, O. (1996). *Manual práctico de organización deportiva: Claves para un rendimiento óptimo*. Madrid: Ed. Gymnos.

-Mastermann, G. (2009). *Strategic Sports Event Management*. Oxford: Butterwoth Heinnemann.