

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313799 Direcció i Organització de Turisme d'Esdeveniments	OB	0	2

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: María José Aguar Martínez

Correu electrònic: MariaJose.Aguar@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Altres indicacions sobre les llengües

Se valorará la introducción de alguna sesión en inglés de interés para el Máster

Prerequisits

No hi ha prerequisits

Objectius

1. Conèixer la realitat, organització i àmbit d'actuació dels esdeveniments esportius
2. Conèixer la realitat, organització i àmbit d'actuació dels esdeveniments culturals
3. Conèixer la realitat, organització i àmbit d'actuació dels esdeveniments socials
4. Coneixement i aplicació del protocol en els esdeveniments públics i corporatius.
5. Coneixement del protocol públic i corporatiu
6. Conèixer les activitats culturals en els esdeveniments. Creació i organització Social Day

Competències

- Adaptar-se a noves situacions, adquirint iniciativa per desenvolupar estratègies innovadores i competitives.
- Distingir i interpretar el paper i competències del patrocini per analitzar l'estructura d'un pla de patrocini i les seves consideracions legals.
- Gestionar la captació i comercialització d'un esdeveniment, tenint en compte els diferents mètodes de mesura del retorn de la inversió en esdeveniments.
- Planificar i gestionar els diferents tipus d'activitats necessàries per a l'organització d'un esdeveniment (disseny, comercialització, producció i avaluació).
- Que els estudiants sàpiguin aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
- Que els estudiants sàpiguin comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
- Treballar en equip i adquirir capacitat de lideratge.

Resultats d'aprenentatge

1. Adaptar-se a noves situacions, adquirint iniciativa per desenvolupar estratègies innovadores i competitives.
2. Analitzar el paper i les competències del patrocini.
3. Analitzar els elements cerimonials dun esdeveniment públic.
4. Crear una candidatura esportiva.
5. Dissenyar el finançament dun esdeveniment esportiu.
6. Dissenyar i aplicar les diferents fases dun esdeveniment corporatiu.
7. Dominar els principis rectors i els elements bàsics del protocol.
8. Dominar els processos de venda i comercialització durant un esdeveniment social o corporatiu.
9. Elaborar un pla de màrqueting de patrocini.
10. Identificar els diferents tipus desdeveniments públics, així com els elements d'organització desdeveniments públics i de protocol.
11. Identificar els serveis d'atenció a l'esportista: allotjaments, transport, càtering, instal·lacions d'entrenament i competició, serveis mèdics, serveis de cortesia.
12. Localitzar i revisar la legislació reguladora sobre els esdeveniments públics i sobre les infraestructures públiques.
13. Poder dissenyar estructures organitzatives: equip humà, organigrama i voluntariat.
14. Poder elaborar la planificació dun acte que requereix protocol públic.
15. Que els estudiants sàpiguin aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
16. Que els estudiants sàpiguin comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
17. Saber identificar i contactar patrocinadors potencials.
18. Saber identificar la viabilitat d'iniciatives esportives.
19. Treballar en equip i adquirir capacitat de lideratge.

Continguts

1. Esdeveniments socials i treball amb voluntaris
2. Esdeveniments musicals
3. Disseny i definició de propostes per a l'organització d'esdeveniments nupcials I/II
4. Esdeveniments culturals
5. Les candidatures esportives
6. Plans directors d'esdeveniments esportius
7. Protocol públic i corporatiu
8. Esdeveniments i comunicació corporativa II
9. Habilitats de comunicació
10. Activitats culturals en esdeveniments. Social Day I/II

Metodologia

La metodologia docent combina les classes magistrals dels docents amb la discussió i resolució de casos pràctics amb els estudiants. També es plantegen temes de discussió sobre temes exposats prèviament llegits o explicats. La pràctica avaluadora de Mòdul s'orienta a fixar els coneixements desenvolupats durant el Mòdul.

1. Presencials:

- Classes magistrals dels docents
- Resolució/discussió d'exercicis i casos amb els estudiants, en grup o individualment
- Debats entre els estudiants sobre temes exposats prèviament llegits o explicats
- Tutories

2. No presencials tutoritzades:

- Exercicis de cas per treballar fora de l'aula
- Preparació de pràctica d'avaluació de Mòdul

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	36	1,44	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 18
Tutories	15,5	0,62	1, 15, 16
Tipus: Supervisades			
Resolució casos	35,5	1,42	1, 15, 16, 19
Treballs aula	15	0,6	1, 2, 3, 6, 14, 15, 16, 19
Tipus: Autònomes			
Elaboració de treballs	90	3,6	1, 2, 3, 8, 13, 16, 19

Avaluació

Per aprovar el Mòdul l'assistència a les sessions lectives és obligatòria amb un mínim requerit del 80%

Avaluació continua (assistència, observacions puntuades): 25%

Realització de treballs (individuals o en grup): 25%

Proves escrites/ prova avaluadora del Mòdul: 50%

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Debats-Forums	40%	6	0,24	1, 2, 3, 4, 6, 9, 12, 14, 15, 16, 18, 19
Presentacions orals	10%	7	0,28	1, 5, 8, 10, 11, 12, 13, 16, 18
Prova escrita avaluadora Mòdul	50%	20	0,8	1, 3, 6, 7, 8, 14, 15, 16, 17

Bibliografia

Fernández y Vázquez, Jorge (2018): Guía de protocolo y ceremonial para la organización de eventos deportivos. Síntesis. Madrid

Torrecillas, Carles (2017): Tópicos, retos, realidad y ficción. Estudio 360º del sector nupcial.Esade

Bowdin, G.A., McDonnell, I., Allen, J. and O'Toole, W., (2001). Events Management, Butterworth Heinemann, Reed Educational and Professional Publishing Ltd., Woburn, MA 01801.

Goldblatt, Dr. Joe, CSEP, Nelson, Kathleen S. CSEP, editors (2001). The International Dictionary of Event Management, second edition, John Wiley & Sons, Inc. NY, NY.

Event Marketing Institute y Freeman XP (2015). The Viral Impact of Events: Extending & Amplifying Reach via Social Media. Disponible en <https://goo.gl/is32BM>

Martos Molina, M. (2013). El papel del turismo de eventos en el desarrollo urbano. El caso de Expo Zaragoza. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 11(1), 57-71. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.004>

Malouf, Lena, CSEP, AIFD (1999). Behind The Scenes at Special Events. John Wiley & Sons, Inc, NY, NY.

Manual de gestió del voluntariat. Obra Social Fundació La Caixa. 2009

Moran, Jill S., CSEP, (2004). How To Start a Home-Based Event Planning Business. Globe Pequot Press., Guilford, CT 06437.

Morrison, Terri, Conaway, Wayne A., Borden, George A Ph.D (1994). Kiss, Bow or Shake Hands. Adams Media Corporation. Holbrook, Mass.

Torrents, R. (2005). Eventos de Empresa. El poder de la comunicación en vivo. Bilbao: Deusto.

Vasey, John. Concert Production Management. Focal Press, (1997)

Wigger, G. Eugene (1997). Themes, Dreams and Schemes. John Wiley & Sons, NY, NY.

Wiersma, Elizabeth A. CSEP, Strolberg, Karl E. (2003). Exceptional Events, Concept to Completion, second edition. Chips Books, Weimar, TX 78962.

Wohlfeil, M. & Whelan, S. (2005). Consumer Motivations to Participate in Marketing-Events: The Role of Dispositional Involvement. In K. M. Ekstrom & H. Brembeck (Eds.), E- European Advances in Consumer Research, 7 (pp. 125-130). Goteborg, Suiza: Association for Consumer Research.

Programari

-