



FACULTAD DE HUMANIDADES

GUIA DOCENTE

CURSO 2022-23

GRADO EN GESTIÓN CULTURAL

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre:

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES

Denominación en Inglés:

ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF EVENTS AND CULTURAL PROCESSES

Código:

101312213

Tipo Docencia:

Presencial

Carácter:

Obligatoria

Horas:

	Totales	Presenciales	No Presenciales
Trabajo Estimado	150	45	105

Créditos:

Grupos Grandes	Grupos Reducidos			
	Aula estándar	Laboratorio	Prácticas de campo	Aula de informática
4.8	1.2	0	0	0

Departamentos:

DIRECCION DE EMPRESAS Y MARKETING

Áreas de Conocimiento:

ORGANIZACION DE EMPRESA

Curso:

3º - Tercero

Cuatrimestre

Primer cuatrimestre

DATOS DEL PROFESORADO (*Profesorado coordinador de la asignatura)

Nombre:	E-mail:	Teléfono:
* Antonio Manuel Martinez Lopez	manu.martinez@dem.uhu.es	959 217 908

Datos adicionales del profesorado (Tutorías, Horarios, Despachos, etc...)

PROFESOR/PROFESORA: ANTONIO MANUEL MARTINEZ LOPEZ		
CENTRO/DEPARTAMENTO:FACULTAD DE CIENCIAS DEL TRABAJO / DIRECCION DE EMPRESAS Y MARKETING		
ÁREA DE CONOCIMIENTO:ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		
Nº DESPACHO: 34	E-MAIL: manu.martinez@dem.uhu.es	TLF: 959217908
HORARIO DE TUTORÍAS PRESENCIALES:		
Martes: C1: 10:30-12:30; C2: 10:30-12:30		
Martes: C1: 17:30-19:00; C2: 17:30-19:00		
Miércoles: C1: 10:00-12:30; C2: 10:00-12:30		

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. Descripción de Contenidos:

1.1 Breve descripción (en Castellano):

Aproximación a los fundamentos de organización y gestión de eventos y procesos culturales, con atención a las técnicas y procedimientos teóricos y prácticos de la producción de eventos de negocio y culturales.

1.2 Breve descripción (en Inglés):

Approach to the fundamentals of organization and management of events and cultural processes, with attention to the techniques and theoretical and practical procedures of the production of business and cultural events.

2. Situación de la asignatura:

2.1 Contexto dentro de la titulación:

Análisis de los recursos y fases del proyecto cultural. Análisis y aplicación de metodologías de planificación, programación y control de proyectos, así como de la minimización de tiempos y costes.

Interpretar las situaciones y los problemas que se presenten en la gestión de organizaciones culturales, tratarlos con rigor y mejorar el procedimiento de toma de decisiones.

Analizar y tratar los problemas de las organizaciones y aplicar en cada caso el método más adecuado para su resolución.

2.2 Recomendaciones

No se establecen requisitos previos.

3. Objetivos (Expresados como resultado del aprendizaje):

Dominar la organización, gestión y producción de cualquier tipo de evento y proceso cultural.

Conocer y dominar las diferentes técnicas y procedimientos teóricos y prácticos de la producción de eventos de negocio y culturales

4. Competencias a adquirir por los estudiantes

4.1 Competencias específicas:

CE1: Conocimiento de las grandes producciones del pensamiento, el arte, la literatura y la cultura de la humanidad. (LB-HUM 1, 3, 4 y 5).

CE9: Conocimiento de los elementos básicos de legislación en el ámbito de la cultura y de las políticas culturales. (LB-HUM 20 y 23).

CE11: Conocimiento básico de economía y política económica en relación con el sector de la cultura, de los mercados culturales y la industria cultural (artes escénicas, música, artes plásticas y audiovisuales, cine, literatura y arte emergente). (LB-HUM 24 y 38).

CE12: Conocimiento de los programas y herramientas para la cooperación territorial, institucional y empresarial.

CE13: Conocimiento de la gestión de equipamientos culturales. Diseño, producción y comercialización de productos, proyectos y actividades culturales. (LB-HUM 29).

CE14: Evaluar la viabilidad de proyectos culturales en el sector público, sector privado y tercer sector. (LB-HUM 40).

CE15: Ser capaz de usar las principales herramientas informáticas, elaborar presupuestos y diseñar sistemas de contabilidad de gestión. (LB-HUM 32).

CE16: Evaluar impactos medioambientales y patrimoniales. (LB-HUM 34).

CE17: Innovar en la presentación y difusión de la cultura. (LB-HUM 36).

CE18: Analizar y gestionar los recursos para el desarrollo local y territorial. (LB-HUM 37).

CE19: Conocer, aplicar y diseñar instrumentos de intervención pública en la industria cultural.

CE20: Definir y gestionar las herramientas de comunicación interna y externa de una organización. (LB-HUM 39).

CE21: Utilizar las técnicas y herramientas para la negociación en el ámbito de la cultura.

CE22: Diseñar y planificar las técnicas de relaciones públicas y protocolo.

CE23: Promover el interés por el valor social, económico y empresarial de la cultura. (LB-HUM 45).

CE24: Conocer, comprender e interpretar la diversidad social y cultural. (LB-HUM 48).

CE4: Conocimiento de los diferentes recursos patrimoniales y de la normativa sobre patrimonio cultural. (LB-HUM 7 y 8).

CE7: Conocimiento del sector profesional y empresarial de la cultura, así como de las redes profesionales de la gestión cultural.

CE8: Conocimiento básico de la administración pública y privada. (LB-HUM 18).

4.2 Competencias básicas, generales o transversales:

CG1: Capacidad de análisis y síntesis.

CG11: Capacidad de liderazgo. Habilidad para el diseño y gestión de proyectos.

CG3: Comunicación oral y escrita en la lengua materna y/o en una lengua extranjera.

5. Actividades Formativas y Metodologías Docentes

5.1 Actividades formativas:

- Actividad docente presencial. El equipo de coordinación docente determinará en cada caso la distribución de las siguientes actividades presenciales, en función de las necesidades de cada materia, para garantizar la formación en competencias: a. Sesiones académicas teóricas. b. Sesiones académicas prácticas. c. Conferencias. d. Seminarios-exposición y debate. e. Trabajos de grupo. f. Tutorías especializadas. g. Talleres y prácticas en laboratorios y aula de idiomas. h. Trabajo y prácticas de campo. i. Tutorías presenciales. j. Resolución de problemas y casos prácticos.

- Actividad no presencial. El equipo de coordinación docente determinará en cada caso la distribución de las siguientes actividades no presenciales, en función de las necesidades de cada materia, para garantizar la formación en competencias: a. Lectura de bibliografía específica (fuentes primarias y secundarias); b. Redacción de reseñas críticas; c. Redacción de trabajos escritos de diversa índole; d. Preparación de trabajos individuales o de grupo; e. Realización de portafolios; f. Prácticas en laboratorios de informática; g. Prácticas en el aula de idiomas; h. Prácticas en plataformas virtuales; i. Estudio y preparación de contenidos; j. Búsqueda y análisis de información documental y textual; k. Utilización de bases de datos bibliográficas.

5.2 Metodologías Docentes:

- Sesiones académicas teóricas.
- Prácticas en laboratorios.
- Talleres.
- Sesiones académicas prácticas.
- Trabajos de grupo.
- Trabajo y prácticas de campo.
- Tutorías virtuales.

5.3 Desarrollo y Justificación:

Sesiones de grupo grande: Para estas sesiones los recursos que se utilizarán son la pizarra (tradicional y/o en su versión electrónica), las proyecciones de presentaciones con la ayuda del ordenador y material suplementario suministrado por el profesorado (fotocopias, archivos electrónicos, etc.). Sesiones de grupo reducido: Estas clases prácticas serán interactivas y la participación del/la alumno/a será tenida en cuenta a la hora de valorar su adaptación al grado de aprendizaje. Otras actividades docentes: Para el seguimiento de las clases teóricas y prácticas estará disponible en la plataforma de teleformación de la Universidad de Huelva Moodle, el plan de trabajo, los horarios de las clases teóricas y prácticas, así como enlaces de interés de la asignatura.

6. Temario Desarrollado

BLOQUE 1: INTRODUCCION

TEMA 1: EL SEGMENTO CULTURAL Y EL SEGMENTO MICE (MEETING, INCENTIVOS, CONGRESOS, EVENTOS)

- 1.1. Marco conceptual de estudio del segmento cultural.
- 1.2. Producto cultural: definición y tipos.
- 1.3. Importancia económica del segmento cultural.
- 1.4. Marco conceptual de estudio del segmento eventos.
- 1.5. Producto MICE: definición y tipos.
- 1.6. Importancia económica del segmento MICE.

BLOQUE 2: PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS CULTURALES

TEMA 2: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES: EL PRE-EVENTO

- 2.1. La organización de congresos y de eventos.
 - 2.2. Definición y tipos de eventos. Los eventos culturales.
 - 2.3. Herramientas clave para la gestión del evento.
 - 2.4. Planificación operativa. Etapas de un evento.
 - 2.5. Planificación operativa. La definición de los objetivos.
 - 2.6. El Diseño del pre-evento.
 - 2.7. Elección del nombre del evento.

2.8. Elección de sedes. Los venues insólitos o lugares singulares.

2.9. Elección de fechas y horarios del evento.

2.10. Determinar el número de asistentes en la era postcovid.

2.11. Elaborar el cronograma de actividades.

2.12. El comité organizador y las distintas secretarías.

2.13. Claves para gestionar los contenidos en el pre-evento.

2.14. La financiación del evento. Como se financia un festival.

2.15. Fuentes de financiación. Patrocinios y mecenazgos.

2.16. La financiación mediante cobranding.

2.17. Eventos culturales como escenario ideal para las marcas.

2.15. La planificación de la logística. Recursos humanos y técnicos.

2.16. Como se organiza la logística de un megaevento.

2.17. Gestionar la seguridad del evento.

2.18. Gestión eficaz del personal externo del evento.

2.19. Nuevos formatos frente a las exigencias de protocolos de seguridad.

2.20. La gestión de una crisis en el evento.

2.21. Logística de protocolo y ceremonial. Distribución de espacios.

2.22. Criterios sistemáticos de ordenación. Normas que rigen el protocolo.

TEMA 3: LA PLANIFICACIÓN OPERATIVA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES: EL EVENTO Y POST-EVENTO

3.1. Evento. Los días previos a la celebración del evento.

3.2. Check list, software y aplicaciones web de gestión operativa de eventos.

3.3. Las acreditaciones en eventos. Innovaciones tecnológicas.

3.4. Evento. Acciones a gestionar durante la celebración del evento.

3.5. La dirección de comunicación y gestión de prensa.

3.6. Pasos a seguir para una eficaz gestión de prensa.

3.7. Gestión de contenidos y difusión del evento.

3.8. La difusión del evento. El factor celebrity.

3.9. La difusión del evento. El efecto Wow y la puesta en escena.

3.10. La importancia del facilitador en el desarrollo del evento.

3.11. Cómo hacer fluir el networking durante el evento.

3.12. El storytelling para eventos. Historias que conectan.

3.13. Organización de un team building y diseño de un room escape.

3.14. Post-evento. Evaluación y cierre del evento.

3.15. Post-evento. Control y evaluación de resultados.

3.16. Cómo fomentar la participación después del evento.

3.17. Factores críticos de éxito de un evento.

BLOQUE 3: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES

TEMA 4: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES.

4.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales.

4.2. Diez pasos para lograr el éxito en el evento.

4.3. Ficha técnica de un plan de negocios de un evento.

4.4. Diseño y elaboración del plan de negocios de un evento.

4.5. Análisis del entorno global en gestión de eventos y procesos culturales.

4.6. Análisis del entorno tecnológico en gestión de eventos.

4.7. Técnicas tecnológicas innovadoras en los eventos culturales.

4.7. La tecnología y la innovación elementos claves en el éxito del evento.

TEMA 5: EL PRODUCTO Y EL CLIENTE EN LA GESTIÓN DE EVENTOS CULTURALES.

5.1. Formulación de estrategias en la gestión de un evento.

5.2. La estrategia de producto y mercado en la gestión de eventos.

5.3. La segmentación del cliente en el producto cultural y MICE.

5.4. El análisis de los mercados internacionales.

5.5. El producto cultural y productos complementarios.

5.6. El producto eventos. La gestión de megaeventos.

TEMA 6: LOS PROVEEDORES PROFESIONALES DE EVENTOS.

- 6.1. Los organizadores profesionales de eventos.
- 6.2. Los palacios de congresos como proveedores profesionales de eventos.
- 6.3. Las cadenas hoteleras como organizadoras profesionales de eventos.
- 6.4. Empresas PYMEs de gestión cultural y eventos.
- 6.5. Otros proveedores MICE. Touroperadores, museos y lugares singulares.

TEMA 7: LOS COMPETIDORES Y EL FACTOR PRECIO EN EVENTOS.

- 7.1. Las estrategias competitivas en la gestión de eventos.
- 7.2. La estrategia según el factor precio.
- 7.3. La estrategia basada en el liderazgo en costes.
- 7.4. La estrategia basada en la diferenciación.
- 7.5. La estrategia basada en la segmentación.
- 7.6. La financiación del evento. Las fuentes de financiación.
- 7.7. Cuota por venta de entradas.
- 7.8. Los patrocinios, mecenazgos y colaboradores.
- 7.9. El cobranding como fuente de financiación.
- 7.10. La venta de espacio de exposición comercial.

TEMA 8: LA PROMOCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO CULTURAL Y DE EVENTOS.

- 8.1. La innovación en comercialización. Imagen y comunicación.
- 8.2. Las redes sociales para la promoción de eventos culturales.
 - 8.3. Principales tendencias en social media marketing.
 - 8.4. Marketing de contenidos y publicidad emocional.
 - 8.5. La marca España y su importancia en la gestión de eventos.
- 8.6. La promoción de los destinos para eventos culturales.

TEMA 9: GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CREATIVIDAD EN EL PRODUCTO CULTURAL Y DE EVENTOS.

- 9.1. La gestión de la innovación en empresas organizadoras de eventos.
- 9.2. Factores para el logro de la excelencia en la gestión de eventos.

9.3. La innovación organizacional y la gestión del talento.

9.4. La gestión de la creatividad en empresas de gestión de eventos.

9.5. Los diez mandamientos para la creatividad en eventos.

9.6. Ejemplos de creatividad como recursos de dinamización de un evento.

7. Bibliografía

7.1 Bibliografía básica:

- FUENTE LAFUENTE, Carlos. Manual Práctico para la organización de eventos. Técnicas de organización de actos. Madrid: Protocolo, 2005. 2 v. ISBN: 978-84-95789-15-0.

- HERRERO BLANCO, Paloma. Gestión y organización de congresos. 1ª ed.; 2ª reimp. Madrid: Síntesis, 2005. 176 p. [Colección Gestión turística; núm. 28]. ISBN: 978-84-7738-760-2

- TRIVIÑO, Yolanda. Gestion de eventos feriales - diseño y organización. 1ª ed.; 2ª reimp. Madrid: Síntesis, 2011. 256 p. ISBN: 978-84-9756-400-7

- JIMENEZ MORALES y PANIZO ALONSO. Eventos y protocolo. Gestión estratégica. 1ª ed.; Editorial UOC. 2017. ISBN: 8491166955 ISBN-13.

7.2 Bibliografía complementaria:

8. Sistemas y criterios de evaluación

8.1 Sistemas de evaluación:

- Control de la asistencia y participación.
- Trabajo de curso (individual o de grupo).
- Examen escrito.
- Exposiciones orales en clase.
- Evaluación de trabajos prácticos (Ejercicios escritos u orales).

8.2 Criterios de evaluación relativos a cada convocatoria:

8.2.1 Convocatoria I:

Instrumentos de Evaluación:

- Examen
- Trabajos
- Evaluación continua

Criterios de calificación:

Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos: 60%

Realización de **trabajos teórico-prácticos** individuales o/y colectivos: 20%

Evaluación continua. Valoración del trabajo personal a través de controles escritos, trabajos y actividades académicas dirigidas, portafolios, participación en clases presenciales, exposiciones de los trabajos teórico-prácticos, ejercicios prácticos elaborados a lo largo del curso y asistencia a clase: 20%

Requisitos para la concesión de Matrícula de Honor: Los que establece la normativa de la UHU. En el caso de que pudiera haber más candidatos que posibilidades de matrículas de honor por número de estudiantes en la asignatura se otorgaría al alumno/a que tenga la nota máxima posible en el examen escrito.

8.2.2 Convocatoria II:

Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos: 60%

Realización de **trabajos teórico-prácticos** individuales o/y colectivos: 20%

Evaluación continua. Valoración del trabajo personal a través de controles escritos, trabajos y actividades académicas dirigidas, portafolios, participación en clases presenciales, exposiciones de los trabajos teórico-prácticos, ejercicios prácticos elaborados a lo largo del curso y asistencia a

clase: 20%

8.2.3 Convocatoria III:

Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos: 60%

Realización de **trabajos teórico-prácticos** individuales o/y colectivos: 20%

Evaluación continua. Valoración del trabajo personal a través de controles escritos, trabajos y actividades académicas dirigidas, portafolios, participación en clases presenciales, exposiciones de los trabajos teórico-prácticos, ejercicios prácticos elaborados a lo largo del curso y asistencia a clase: 20%

8.2.4 Convocatoria extraordinaria:

Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos.

8.3 Evaluación única final:

8.3.1 Convocatoria I:

Los alumnos podrán optar por la evaluación única final, según se establece en el Reglamento de Evaluación para las Titulaciones de Grado y Máster de la UHU (CG, 13.03.2019)

Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos.

8.3.2 Convocatoria II:

Los alumnos podrán optar por la evaluación única final, según se establece en el Reglamento de Evaluación para las Titulaciones de Grado y Máster de la UHU (CG, 13.03.2019)

Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos.

8.3.3 Convocatoria III:

Los alumnos podrán optar por la evaluación única final, según se establece en el Reglamento de Evaluación para las Titulaciones de Grado y Máster de la UHU (CG, 13.03.2019)

Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos.

8.3.4 Convocatoria Extraordinaria:

Los alumnos podrán optar por la evaluación única final, según se establece en el Reglamento de Evaluación para las Titulaciones de Grado y Máster de la UHU (CG, 13.03.2019)

Examen escrito. Prueba individual teórico-práctica, en la que se evaluarán los conocimientos teórico-prácticos y metodológicos.

9. Organización docente semanal orientativa:

Fecha	Grupos Grandes	G. Reducidos				Pruebas y/o act. evaluables	Contenido desarrollado
		Aul. Est.	Lab.	P. Camp	Aul. Inf.		
19-09-2022	0	0	0	0	0		
26-09-2022	0	0	0	0	0		
03-10-2022	0	0	0	0	0		
10-10-2022	0	0	0	0	0		
17-10-2022	0	0	0	0	0		
24-10-2022	0	0	0	0	0		
31-10-2022	0	0	0	0	0		
07-11-2022	0	0	0	0	0		
14-11-2022	0	0	0	0	0		
21-11-2022	0	0	0	0	0		
28-11-2022	0	0	0	0	0		
05-12-2022	0	0	0	0	0		
12-12-2022	0	0	0	0	0		
19-12-2022	0	0	0	0	0		
09-01-2023	0	0	0	0	0		

TOTAL 0 0 0 0 0