



Ecosistema del  
sector de los eventos

**Máster universitario en  
Organización y Dirección  
de Eventos  
2024-25**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Ecosistema del sector de los eventos

**Titulación:** Máster Universitario en Organización y Dirección de Eventos

**Curso Académico:** 2024-2025

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Español

**Modalidad:** Presencial / A distancia

**Créditos:** 2

**Semestre:** 1

**Curso:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Dña. María Font Sánchez

## 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

### Competencias básicas

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas.
- 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 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.
- 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.
- 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.
- Desarrollar la capacidad del aprendizaje autónomo con el fin de adaptarse a un entorno cambiante y con múltiples desafíos, propios del campo de la Comunicación Corporativa y las RR.PP.
- Resolver problemas y tomar decisiones eficaces ante problemas planteados y situaciones de alto nivel competitivo en el sector de la dirección y organización de eventos.
- Dominar las técnicas y dinámicas aplicadas a la planificación y producción de eventos.
- Identificar la estructura y el funcionamiento del área de los eventos en España, su contextualización y relevancia social, profesional y económica.

### Resultados de aprendizaje

Comprender y saber poner en valor el impacto que tienen los eventos como motor económico y movilizador social.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1 Requisitos previos

Ninguno.

## 2.2 Breve descripción de los contenidos

Introducción y contextualización del sector, identificando a los profesionales y protagonistas más relevantes del mismo. La importancia de los eventos en el mercado nacional e internacional, y su consolidación como motor económico en el mercado, siempre desde la perspectiva de los eventos como movilizadores sociales y acciones *Below The Line*.

## 2.3 Contenido detallado

### 1. Introducción y conceptualización de los eventos.

1.1 Introducción y contextualización de los eventos

1.2 Los eventos como herramienta de comunicación de marketing y social

1.3 Status actual y desarrollo del concepto evento

1.4 La importancia de los eventos en la estrategia de comunicación. Evolución

1.5 Del inicio de evento de empresa a la idea de evento como herramienta de marketing y de posicionamiento

### 2. El sector de los eventos.

2.1. ¿Quién es quién?

2.2. El briefing

2.3. La propuesta

### 3. La importancia de los eventos como motor económico nacional e internacional

### 4. Análisis y comentarios de casos prácticos

## 2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

**Actividad Dirigida 1 (AD1):** Cada alumno tendrá que seleccionar un evento, y contextualizarlo según lo aprendido en la asignatura (detallar su tipología Brand, usuario final o MICE) y determinar sus fases, la tipología de sus asistentes/invitados, la importancia que tuvo para la marca/empresa, el impacto que causó, su evolución a lo largo de los años si se ha repetido y toda la información posible que se pueda aportar según lo aprendido en clase. Esta actividad supondrá el 20% de la nota de actividades dirigidas.

**Actividad Dirigida 2 (AD2):** Identificar un caso de éxito, premiado o no, en 2022/2023 y analizar diferentes elementos dentro del ecosistema del propio evento para clasificarlos (Anunciante, Agencia, Público, lugar de celebración, objetivos, audiencia, etc..)

Esta actividad supondrá el 20% de la nota de actividades dirigidas.

## 2.5. Actividades formativas

### Modalidad Presencial

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	15	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	25	0%
AF3	Tutorías	5	0%
AF4	Evaluación	5	100%
		50	

### Modalidad A Distancia:

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	10	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	25	0%
AF3	Tutorías	5	0%
AF4	Evaluación	10	100%
		50	

## 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D.1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

### 3.2 Criterios de evaluación

#### **Modalidad presencial**

##### Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final presencial	50%

##### Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final presencial	60%

#### **Modalidad a distancia**

##### Convocatoria Ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final presencial	60%

##### Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final presencial	60%

**Convocatoria Extraordinaria:** La calificación final de la convocatoria se obtiene como suma ponderada entre la nota de la prueba final presencial extraordinaria y las calificaciones obtenidas por las actividades dirigidas en convocatoria ordinaria, siempre que la nota del examen extraordinario sea igual o superior a 5. Asimismo, será potestad del profesor solicitar y evaluar de nuevo las actividades dirigidas si éstas no han sido entregadas en fecha, no han sido aprobadas o se desea mejorar la nota obtenida en convocatoria ordinaria.

### 3.3. Restricciones

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### **3.4. Advertencia sobre plagio**

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

## **4. BIBLIOGRAFÍA**

### Bibliografía básica

- Acebal Neu, A. (2004) Eventos: Un instrumento de comunicación al servicio de la empresa. Ediciones Deusto (e- Deusto Dossier).
- Arroyo, L. y Yus, M.. (2007). Los cien errores de la Comunicación de las Organizaciones. Editorial Esic. Madrid: 2007
- Alcaide Hernández, F. (2007). Retos Tendencias y Oportunidades en el Sector de los Eventos. Druk Comunicación
- Correas Sánchez, Gerardo (2004): La empresa y su protocolo. El procedimiento de calidad en la organización de sus actos. Madrid, Ediciones Protocolo.
- Garrido, F.J. (2001). Comunicación Estratégica, Gestión 2000, Barcelona.
- Hoffman et al (2007). Principios de Marketing y sus mejores causas. Mexico: International Thomson Editores, 30a edición.
- Jiménez, M. (2005). El plan estratégico de Gestión de Eventos como herramienta para consolidar la imagen de marca. En La Marca corporativa. Vic : Eumo Editorial.
- Rodríguez Ardua, I. et al (2007): Estrategias y Técnicas de Comunicación. Una visión Integrada en el Marketing. Barcelona. Editorial OUC.
- Siskind, B. (2007) Marketing de Eventos Estrategias clave para Ferias Comerciales, Presentaciones, Conferencias. Bilbao: Deusto.
- Torrents, R. (2005). Eventos de Empresa. El poder de la comunicación en vivo. Bilbao: Deusto.

### Otros recursos:

- [www.eventoplus.com](http://www.eventoplus.com)
- [www.marketingdirecto.com](http://www.marketingdirecto.com)
- [www.topcomunicacion.com](http://www.topcomunicacion.com)
- [www.prnoticias.com/](http://www.prnoticias.com/)
- <https://aevea.es>
- <https://foromice.es>

## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dña. Marian Font Sánchez
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Licenciada en Traducción e Interpretación
Correo electrónico	mfont@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales. Despacho de Publicidad
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación	<p>Con más de 20 años en el sector de los eventos, ha trabajado en las principales agencias de eventos de España, 10 años en American Express Global Business Travel Spain, BCD eventos, Nautalia Eventos, BST eventos.</p> <p>Actualmente es Growth Director y Mice and DMC Area Manager del 109 by Newlink. La consultora, con sede en Miami (EE.UU.), está presente en España desde abril de 2018 cuando se asoció a la agencia Globally, con más de 20 años de experiencia en el sector de estilo de vida y B2C.</p> <p>Desde su fundación, Newlink posee una sólida trayectoria ayudando a transformar empresas y organizaciones de todo el mundo a través de sus diversas áreas y programas: Estilo de Vida, Gestión de la Reputación y Asuntos Públicos, Digital, Events &amp; Experiences, Transformación organizacional, Estrategia o Creatividad y Branding.</p> <p>Entre su cartera de clientes se encuentran empresas de todos los sectores, importantes laboratorios farmacéuticos como QuidelOrtho o Pierre Fabre, aseguradoras como Axa seguros, Liberty, Homeserve o Zurich y muchas otras de todos los ámbitos empresariales: DHL, Entelgy, Endesa, Coca-cola o Telefónica.</p> <p>Su pasión por los eventos la ha llevado a recorrer el mundo organizando viajes de incentivo, convenciones y lanzamientos de productos en decenas de países en todos los continentes. Recientemente ha dirigido la apertura de 109 DMC trayendo a empresas de Latinoamérica, India o Dubái a España.</p>