



Herramientas
tecnológicas aplicadas
a la organización de
eventos

Máster en Organización y
Eventos
Curso 2023-24



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Herramientas tecnológicas aplicadas a la organización de eventos

Titulación: Máster Universitario en Organización y Dirección de Eventos

Carácter: Obligatoria

Idioma: Español

Modalidad: Presencial / A distancia

Créditos: 4

Curso: 2023-24

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. David de la Fuente Sadornil

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- 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 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.
- 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.
- Dominar las técnicas y dinámicas aplicadas a la planificación y producción de eventos.
- Trabajar en equipo de forma eficaz en el contexto de la dirección y organización de eventos.
- Aplicar las técnicas de organización y dirección de eventos en el contexto de las empresas e instituciones, atendiendo las necesidades comunicativas de las mismas.
- Demostrar sensibilidad social en el desarrollo de su trabajo profesional dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, a la igualdad de sexos, a las especiales necesidades de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.
- Aplicar en el sector de los eventos las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.
- Aplicar las nuevas tecnologías y medios en la producción y el montaje de eventos.

1.2 Resultados de aprendizaje

Conocimiento profesional y aplicación de las herramientas y dinámicas tecnológicas más actuales, así como las tendencias futuras, con distintos objetivos: garantizar planificación y gestión eficaz, dar soporte a las necesidades en comunicación y marketing, y generar espectacularidad y memorabilidad y difusión en todo tipo de eventos.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

Aplicación de las Técnicas y medios audiovisuales más actuales y avanzados para la organización y puesta en escena de los eventos. Gestión tecnológica y audiovisual para lograr impactar en el invitado, buscando su memorabilidad, espectacularidad y difusión. .

La asignatura pretende hacer una introducción a las tecnologías más usadas en la organización y gestión de eventos, explicando las características y oportunidades de cada una, sus posibles aplicaciones, cómo integrarlas en los objetivos y necesidades de un proyecto y en un briefing.

2.3. Contenido detallado

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

TEMA 1_ Investigación y Creatividad

- Personal de los eventos - Tecnología vs. factor humano.
- Herramientas facilitadoras y trabajo en equipo Cloud
- Conceptualización creativa Design thinking, creatividad y pensamiento lateral.
- Convocatoria y comunicación - Privacidad vs big data GDPR.
- Modelo interactivo online y offline. SEO/SEM - RRSS.

TEMA 2 _ La ética de la tecnología.

- El Show globalizado. Las redes, Streaming, del 3G a 6G.
- Inteligencia artificial y natural, aprendizaje automático. Machine Learning + Deep learning, la última frontera de las IA.
- NLP es el algoritmo del lenguaje. Open AI GPT-3 y las nuevas herramientas. Skills para asistentes virtuales.
- Los robots y los drones se hacen cargo.

TEMA 3_ Interactividad y recuerdo de marca

- Del branded content al branded entertainment
- Producción audiovisual RGB: Pantallas, video mapping, proyección interactiva, audio 360, Dolby Atmos, grabación, sonido en directo, binaural 8D, Hologramas.
- Producción digital: Realidad virtual, aumentada, mixta.
- Las claves del engagement. Gamificación.

TEMA 4_ Preproducción y producción tecnológica

- Producción gráfica CMYK: Técnicas de impresión, offset, serigrafía, tampografía, tintas, vinilos, pantone, ral, etc.

TEMA 5_ Repercusión y medición

- Automatización de la logística RFID + QR.
- La medición y los resultados - mapas de calor en directo.

2.4. Actividades Dirigidas

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

Actividad Dirigida 1 (AD1): EL EVENTO SEO

Diseñar un evento en base a vuestra **idea creativa** (lo más concreta posible) diseñar una estrategia SEO (no es necesario desarrollar los textos, pero si los titulares y los medios y soportes donde vais a comunicarlo y sus mensajes que conecten con el grado de implicación y profundidad de cada una de las audiencias; un contenido líquido) Link del video de cienienta que creo que es muy explicativo de lo que os estoy pidiendo como ejemplo.

<https://www.youtube.com/watch?v=5IFnSp2ilcQ>

El alumno/a deberá diseñar la estrategia SEO del evento creativo/educativo para:

Público objetivo:

Mujeres y hombres jóvenes que viven en una gran ciudad, deportistas amantes de la vida sana y la comida sana. Jóvenes 30 - 45 años

aforo 300 personas, entrada libre hasta completar aforo.

Objetivo:

Crear expectación para el lanzamiento de un evento nuevo relacionado con el yoga y la alimentación consciente.

Contexto:

El evento comienza días antes en un entorno online y acaba en un evento físico con talleres, presentaciones de producto de marcas colaboradoras, charlas, prueba de producto, etc.

Otros:

Se valorará que toda la estrategia está pensada alrededor de hacer una buena campaña de precalentamiento con contenido líquido adaptado a los distintos niveles de implicación de la audiencia.

Os resumo los pasos que debéis seguir:

- **Investigar** sobre el proyecto.
- **Diseñar** y desarrollar el evento **creativo con detalle** (que va a contener / suceder)
- Definir los **públicos** a los que nos vamos a dirigir.
- Definir los **medios** que vamos a usar para llegar a esos públicos (**redes sociales / google**).
- Concretar la **estrategia** que vamos a seguir en cada uno de los medios de forma **líquida**, adaptada a la profundidad con la que cada consumidor quiera conectar con la marca.
- Definir los **contenidos** que creemos que los consumidores van a buscar en google o redes sociales que les lleve a conectar con nuestro evento, marca o producto.
- Crear un nombre para el evento.

Esta actividad supondrá el 20% de la nota de actividades dirigidas. Esta actividad se realizará en grupo.

Actividad Dirigida 2 (AD2): EVENTO ONLINE Desarrollo de un evento online de formación para RRHH con la participación de los ponentes y asistentes en directo, usando todos los medios tecnológicos disponibles y ofreciendo una experiencia interesante para la marca y público basada en la gamificación.

Ejercicio. El alumno/a deberá diseñar un evento creativo/educativo para un público objetivo de ejecutivos de empresa, que comienza en un entorno online y acaba en un evento físico. Se valorará que el hilo conductor de este recorrido (Customer journey) esté justificado y sirva para dar más repercusión al evento tanto en el pre evento como en el post evento. En pocas palabras, se trata de idear un evento o eventos basados en entrevistas y mostrar cómo vamos a hacer que los ponentes quieran participar.

La idea:

Innovación, futuro y creatividad en el mundo laboral del mañana.

El objetivo:

Crear una estrategia de gamificación sencilla online/offline para captar ponentes para la participación en el proyecto/evento.

El proyecto de evento:

Evento o eventos en los que se realizarán 12 entrevistas a los directivos para que nos hablen del futuro y de la innovación en su sector y en su trabajo diario. (definir sectores punteros con empresas que los representen) lugar, horario, detalles del mismo.

Público objetivo:

12 grandes directivos de empresas que son referente en su sector (no importa la edad ni el género evidentemente).

El resultado:

Utilizar lo último en tecnología y el componente de “juego serio” para crear un material audiovisual de última generación en el que tengan cabida estas entrevistas. Branded content / Brand entertainment.

Esta actividad supondrá el 20% de la nota de actividades dirigidas. Deberán defender su propuesta en público. Esta actividad se realizará en grupo.

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial:

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	30	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	50	0%
AF3	Tutorías	10	50%
AF4	Evaluación	10	100%
		100	

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, de acuerdo a lo dispuesto en el art. 5 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (BOE 18 de septiembre), por el que se establece el Sistema Europeo de Créditos y el sistema de Calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional.

- 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. Su número no podrá exceder de 5% de los alumnos matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso sólo se podrá conceder una sola Matrícula de Honor.

3.2. Criterios de evaluación

Modalidad Presencial

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	40%
Prueba final presencial	50%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema 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.

Modalidad a distancia

Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final presencial	60%

Convocatoria Extraordinaria

Sistema 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.

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 y proyectos escritos, así como en los 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. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio 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

- Aprende Tecnología para Eventos: Sin morir en el intento
- Autor: Montiel M., José Ramón - 2017
- La Red de Todo: Internet de las Cosas y el Futuro de la Economía Conectada de Andrei Vazhnov (Autor) - 2015
- La Meta es la Industria 4.0: Descubre la tecnología que hace posible la nueva Revolución Industrial
- Autor: Fran Yáñez
- La tecnología NFC como nuevo soporte para el marketing móvil: el estado del arte para la aplicación al marketing turístico.
- Autor: Chantre Astaíza, Angela - 2010
- Realidad virtual (acción empresarial)
- de Jeremy Bailenson (Autor), Yagüe Lobo, Lourdes (Traductor) - 2019
- Aumenta tu empresa con la realidad aumentada y la realidad virtual: Cómo sacar el máximo provecho en el mundo profesional Tapa blanda – 1 abr 2018

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	D. David de la Fuente Sadornil
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Técnico superior en gestión comercial y marketing Docente para la formación
Correo electrónico	dfuente@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. C/Sta. Cruz de Marcenado, 27 28015 Madrid
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>Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid, es experto en desarrollo estratégico, táctico y creativo de campañas, y en la producción y organización de eventos.</p> <p>Ha trabajado durante 13 años como Brand Experience Director en FCB (Foote Cone & Belding), para marcas como Ron Barceló, Disaronno, Yamaha Motogp, Coca Cola, BMW, Cutty Sark, Leroy Merlin, Fosters F1, Master's Gin, Camel, o Quironsalud, entre otros, y ha colaborado con artistas de la talla de Franco Dragone Cirque du Soleil, La Fura dels Baus, Mercedes Pedroche o Els Comediants recibiendo multitud de premios al mejor evento del año, mejor decoración, gran premio del jurado, mejor evento promocional y mejor animación.</p> <p>Compagina su colaboración como productor creativo con la agencia <i>4 Tuercas</i> en la elaboración, planificación y producción de eventos para la editorial SM, y con Pedro Soler en <i>So What.team</i>.</p> <p>Actualmente trabaja como director de innovación y creativo en Comunicación Gráfica Alborada y coordina un equipo creativo multidisciplinar, creando y planificando proyectos de innovación y creatividad propios y para clientes como Orange, Canon, Venis, Crocs, Colacao, etc.</p> <p>Además, es coautor de varias publicaciones creativas como #daretotrip y #esteñosiquesi, y trabaja en el desarrollo de nuevas formas de aprendizaje basadas en la gamificación.</p>