



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Máster en Dirección de Empresas Turísticas

Código -Asignatura	590031-Eventos Deportivos		
Curso	1	Créditos	3 ECTS
Bloque Temático	Empresas y Servicios Turísticos	Tipo de asignatura	Optativa
Horas presenciales	21 horas	Horas de trabajo autónomo	54 horas

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Las empresas apuestan cada vez más por vincularse a los valores de un deporte mediante el patrocinio de un evento. Con ello logran controlar en todo momento su modelo de presencia de marca y obtener un alto ROI. Las agencias han asumido el papel de promotor y organizan eventos a medida para ellas y también para federaciones e instituciones. Todos apuestan por los eventos deportivos (Formula 1, torneos de golf y futbol, running) o incluso por deportes minoritarios como mountain bike, snowboard, kite surf etc. Con participación masiva, uso de espacios públicos generalmente al aire libre, son un gran reto de organización.

En esta asignatura se aprenderá a gestionar un evento deportivo desde el proceso de candidatura hasta el cierre final, pasando por la planificación estratégica y operativa, continuando por el plan de comunicación y estrategia de comunicación y el plan de patrocinios tomando como casos de estudio eventos deportivos calificados como Candidaturas Olímpicas, Mundiales o europeos, así como eventos populares como triatlones, carreras populares o travesías en aguas abiertas.

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB9. 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

COMPETENCIAS GENERALES

GS2 Exercise leadership.

GS5. Undertake innovative and creative projects.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Máster en Dirección de Empresas Turísticas

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

SS4. Optimise the management of the economic and financial resources of the tourism projects undertaken.

SS6. Establish sustainable development strategies in tourism companies and destinations, with the incorporation of environmental variables.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Introduction to sport events
2. The role of DMOs in the promotion and attraction of sport events for a destination.
3. Strategic communication plan for sporting events: advertising, relational marketing, institutional and corporate communication, press office.
4. Relational, direct, trade fair, sponsorship, patronage and sponsoring marketing.
5. Feasibility plan and candidacy.
6. Strategic planning

METODOLOGÍA

La asignatura se basará en sesiones de trabajo, de carácter teórico-práctico, en las que se tratan los diversos contenidos previamente definidos. Se realizan estudios de casos que contribuyen a contextualizar los conceptos tratados en cada tema en los que la participación de los alumnos será fundamental para el seguimiento de las asignaturas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación es el proceso de valoración del grado de logro de los aprendizajes por parte del estudiante en relación a las competencias propias de esta asignatura.

En este sentido, el estudiante podrá optar por ser evaluado de forma continua durante el curso o mediante una evaluación única al final del periodo establecido.

Evaluación Continua: consiste en la valoración del proceso de enseñanza-aprendizaje a partir del seguimiento continuado durante el curso del trabajo que realiza el estudiante y de los aprendizajes que incorpora. Para poder optar a ser evaluado en esta modalidad, hará falta asistir a un mínimo del 80% de las clases presenciales.



Evaluación Única: consiste en la valoración de este proceso al final del periodo establecido, para aquellos estudiantes que, por razones justificadas, no han podido asistir regularmente a las clases presenciales. Esta valoración se realiza a partir de las evidencias que esta asignatura tiene asignadas para dicha modalidad.

Para acogerse en esta modalidad hay que solicitarlo a través del apartado de evaluación del Campus Virtual dentro de los primeros 15 días desde el inicio de la asignatura

SISTEMA DE EVALUACIÓN	CONTINUA	ÚNICA
Actividad individual 1 (pruebas escritas, instrumentos basados en la observación)	50%	100%
Actividad grupal (Trabajos realizados por el/ la estudiante, instrumentos de papel)	50%	0%

Para aprobar la asignatura es requisito indispensable haber obtenido una nota mínima de "5".

Revisión y reevaluación de la asignatura

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

Si el estudiante no logra alcanzar los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación de asignatura y poder presentar o realizar una nueva evidencia de evaluación, será imprescindible cumplir alguna de las siguientes condiciones:

A) Haber alcanzado una calificación igual o superior a 5 de media de las actividades llevadas a cabo a lo largo del semestre sin tener en cuenta la / s prueba / s final / es (sea evaluación continua o única) y haberse presentado a la prueba final.

B) Haber alcanzado una calificación mínima de "4" de nota final de la asignatura.

La máxima calificación en el caso de la reevaluación a la que se podrá optar es un "5" de nota final de la asignatura.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Máster en Dirección de Empresas Turísticas

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA

- Ayora, Daniel y García, Eduardo (2004). Organización de Eventos Deportivos. Barcelona. INDE Publicaciones
- Brunet, F. (2002). Anàlisi de l'impacte econòmic dels Jocs Olímpics de Barcelona, 1986-2004. En Barcelona: L'herència dels Jocs (1992-2002) (eds.), M. DE MORAGAS & M. BOTELLA (pp.209-243). Barcelona: Editorial Planeta
- Campos, C. (1997). Marketing y patrocinio deportivo. Barcelona: GPE Colección Gestión Deportiva.
- Fernández Vázquez, Jorge J. (2005). Vademécum de protocolo y ceremonial deportivo: la organización de eventos deportivos. Barcelona. Paidotribo.
- Mastermann, G. (2004). Strategic sports event management: an international approach. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann
- Ministerio de Educación y Cultura. Consejo Superior de deportes (1996). Publicidad y patrocinio en eventos deportivos. Madrid.
- Sanz, Vicente (2003). Organización y gestión de actividades deportivas: los grandes eventos. Barcelona. Inde.