



Código -Asignatura	580017 – Gestión de eventos		
Curso	1	Créditos	3 ECTS
Bloque Temático	Gestión del producto	Tipo de asignatura	Obligatoria
Horas presenciales	21 horas	Horas de trabajo autónomo	54 horas

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La solidez de la economía en las últimas décadas ha sido la base para el excelente rendimiento del sector hotelero, convirtiéndolo en uno de los mercados con mayor crecimiento a nivel mundial. El importante incremento en el número de hoteles, sin embargo, ha contribuido al desarrollo de un mercado altamente competitivo, donde la diferenciación y la gestión óptima de los recursos constituyen factores clave para garantizar el éxito de cualquier organización.

Actualmente, el sector hotelero está inmerso en profundas transformaciones derivadas de los cambios sociales y tecnológicos surgidos en los últimos años. Innovaciones que afectan a la gestión, la prestación del servicio, a la comercialización del producto hotelero y, incluso, a las nuevas propuestas de producto. En este contexto, los hoteles necesitan profesionales altamente cualificados con técnicas de análisis y usos de las tecnologías que les permitan asumir, y hacer frente con satisfacción, los retos que presenta el sector, y con capacidad para aplicar estilos y modelos de gestión perfectamente adaptados a las necesidades del negocio hotelero.

En esta asignatura el alumno tiene la oportunidad de profundizar en el diseño de un establecimiento hotelero, partiendo de la conceptualización genérica del producto hasta el diseño de los espacios y el equipamiento de servicios. Asimismo, se abordará la gestión de eventos como producto complementario para la optimización del negocio hotelero.

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB7- 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.



COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG1- Orientarse al negocio.

CG3- Empezar proyectos innovadores.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE8- Desarrollar las habilidades digitales necesarias para la gestión de la información en el ámbito de la dirección de empresas.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Barcelona como destino de eventos. Radiografía del sector.
2. Barcelona como destino de eventos. El sector MICE en la actualidad.
3. Relación entre el sector MICE y los establecimientos hoteleros.
4. La organización de eventos.

METODOLOGIA DE APRENDIZAJE

Exposiciones de experiencias prácticas tanto en el diseño de establecimientos, como en la conceptualización de negocios hoteleros y la gestión de eventos, entendidos como productos complementarios a la actividad principal del establecimiento.

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 Continuada: 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.



Sistemas de evaluación	Continua	Única
Trabajos realizados por el estudiante	60 %	40%
Prueba final escrita	40 %	60%

Proceso de revisión y re-evaluación

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

En el supuesto de que el estudiante no consiga lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación y poder presentar o realizar una nueva evidencia de evaluación, será imprescindible cumplir alguna de las siguientes condiciones:

Tener una calificación igual o superior a 5 de la media de las actividades llevadas a cabo a lo largo del semestre sin tener en cuenta las pruebas finales (sea evaluación continua o única) haberse presentado a la prueba final.

Tener una calificación mínima de “4” de nota final de la asignatura.

La máxima calificación en el caso de la reevaluación que se podrá obtener es un “5” de nota final de la asignatura.

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICAS

Vanneste, M. (2009). Meeting architecture: A manifesto (3. print ed.). Tournhout: Meeting Support Institute.

MSI. (2015). The Meeting Design Toolbox for Meeting Architects. [V. 9.0]. Retrieved July 31, 2015, from <http://www.meetingsupport.org/>

Herrero P. (2005), Gestión y organización de congresos. Editorial: Síntesis

Schaumann P. (2004), The Guide to Successful Destination Management. Editorial: John Wiley and Sons Ltd

Campos, G. (2008). Producción de eventos la puesta en escena del protocolo. Madrid: Duque de Alba.



Cerda, H. (1993). Los elementos de la investigación como reconocerlos, diseñarlos y construirlo. Bogota: el búho Ltda.

Ocaña, I. La gestión de eventos y productos turísticos. Madrid: Síntesis.

Sabino, C. (1992). El proceso de investigación. Caracas: Panapo.

Torrents, R. (1995). Eventos de empresas el poder de la comunicación en vivo. Barcelona: Deusto.

Catalunya. (2014). Meeting planner guide/Venues Barcelona 2014-2015. Recuperado el 26 abril de 2015-17:00 de www.catalunya.com

Catalunya Convention Bureau. Agencias de eventos DMCs. Recuperado el 26 abril de 2015 18:00 de www.catalunya.com/mice/ccb

Di Génova A. (2014). Organización de eventos. Recuperado el 30 Marzo 2015 9:49 <http://www.redrrpp.com.ar/>.

Eventos en punto. (2012). Tipos de eventos Corporativos. Recuperado el 30 Marzo 2015 15:01

Fira Barcelona. (2015). Recinto gran vía. Recuperado el 28 abril de 2015 12:45 de www.firabarcelona.com

Guía eventoplus. Agencias de eventos DMCs. Recuperado el 1 abril de 2015 14:15 de www.eventoplus.com

Guzmán E. (2014). Tipologías de eventos. Recuperado el 30 de marzo de 2015 9: 50 de <http://temaselectosdeturismo.blogspot.com.es>

Hoteles en Barcelona 28 abril de 2015 12:05 de www.tribago.es

Muñoz Soro C. (2014). Agencias muchos jugadores en el terreno del juego. Recuperado el 25 abril de 2015-17:45 de www.eventosmagazine.com

Pereyra S. (2012). Etapas en la organización de eventos. Recuperado el 24 de abril 2015 19:00 de <http://es.slideshare.net>

Vasca, N. (2014). Tendencia 2015 en organización de evento. Recuperado el 14 abril 14:43 de www.eventioz.com.ar

Widener F. (2014). Previsiones en materia de reuniones y eventos 2015. Recuperado el 31 Marzo de 2015 22:01 de <http://www.carlsonwagonlit.es>.

Zenith, B (2014). Que es el marketing experiencial. Recuperado el 13 abril de 2015 10:54 de <http://www.marketingdirecto.com>



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Máster en Dirección Hotelera y Restauración