



## DOBLE TITULACIÓ GRAU EN ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GI / GRAU EN MÀRQUETING I CD

### 120523 - MÀRQUETING SOCIAL I D'ESDEVENIMENTS

#### Informació general

- Tipus d'assignatura : Obligatòria
- Coordinador : Mònica Juliana Oviedo León
- Curs: Cinquè
- Trimestre: Segon
- Crèdits: 4
- Professorat:
  - Alba Masafrets Còppulo [<amasafrets@tecnocampus.cat>](mailto:amasafrets@tecnocampus.cat)
  - Luz Fernández Del Rey [<lfernandez@tecnocampus.cat>](mailto:lfernandez@tecnocampus.cat)

#### Idiomes d'impartició

- Català
- Anglès

L'assignatura serà impartida en català amb l'ús intensiu de lectures, vídeos, i altres materials en anglès, de forma tal que la proporció d'idiomes quedaria així:

Català 80%

Anglès 20%

Els alumnes podran utilitzar el castellà en les seves exposicions i treballs presentats.

#### Competències que es treballen

##### Bàsica

- B4. Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

##### Específica

- E13. Identificar les eines bàsiques de l'e-Màrqueting.
- E2. Aplicar els fonaments del màrqueting i investigació de mercats.
- E5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.

##### General

- G1. Ser capaç de treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements.
- G2. Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant el canvi i estar disposats a re-avaluar els vells models mentals que limiten el

pensament.

## Transversal

- T5. Desenvolupar tasques aplicant els coneixements adquirits amb flexibilitat i creativitat i adaptant-los a contextos i situacions noves.

## Descripció

---

El Màrqueting Social i d'Esdeveniments cobra cada vegada més importància en tota estratègia de màrqueting. Les marques s'esforcen, d'una banda, a transmetre missatges de màrqueting més socialment responsables, d'acord amb les tendències del mercat en defensa de la sostenibilitat i els hàbits de consum saludables. D'altra banda, cada vegada més s'utilitzen els esdeveniments com a mitjà d'interactuar directament amb els seus clients, generar un major engagement i fidelització.

Es desplega una metodologia pràctica de com organitzar un esdeveniment, les seves fases, objectius estratègics i operacionals, resultats esperats i les seves formes de mesurament.

També en l'assignatura es buscarà actualitzar als participants en les principals Apps que permeten la difusió i interacció amb els participants en un esdeveniment.

## Resultats d'aprenentatge

---

Dissenyar l'estratègia de màrqueting mitjançant la utilització de tècniques avançades i innovadores, comprenent i aplicant els elements específics del Màrqueting en l'empresa per adaptar l'organització al nou entorn de comunitats digitals

Desenvolupar una metodologia pràctica per a l'organització d'esdeveniments.

Aplicar una estratègia de patrocinis i mecenatge que donin als esdeveniments un enfocament més social.

## Metodologia de treball

---

Durant el desenvolupament de l'assignatura s'aplicaran les següents activitats docents:

### Sessions teòriques

MD1. Classe magistral: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor en la qual assisteixen tots els estudiants matriculats en l'assignatura.

MD3. Presentacions en format multimèdia

### Aprenentatge dirigit

MD5. Seminaris: Classe pràctica amb petits grups de treball. Són sessions lligades a les sessions teòriques de l'assignatura que permeten oferir una perspectiva pràctica de l'assignatura i en la qual la participació de l'estudiant és clau.

MD7. Estudi de casos: Dinàmica que parteix de l'estudi d'un cas, que serveix per contextualitzar a l'estudiant en una situació en concret el professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus estudiants.

### Aprenentatge autònom

MD11. Tutories no presencials: L'alumne disposarà de recursos telemàtics com el correu electrònic i els recursos de la intranet de l'ESCSET.

L'aula (física o virtual) és un espai segur, lliure d'actituds masclistes, racistes, homòfobes, trànsfobes i discriminatòries, ja sigui cap a l'alumnat o cap al professorat. Confiam que entre totes i tots puguem crear un espai segur on ens puguem equivocar i aprendre sense haver de patir prejudicis d'altres.

## Continguts

---

#### **Tema 1. La marca: Gestionar missatges que creïn valor i preferència**

- Què és una marca?
- Personalitat de marca i To de comunicació
- Concepte d'esdeveniment: els esdeveniments com a eina d'interacció/notorietat/ brand awareness.
- Pla de Comunicació
- Tendències

#### **Tema 2: Introducció a l'Organització d'esdeveniments**

- Breu història
- Motivació per fer un esdeveniment i tipologies
- Radiografia del sector
- Tendències en esdeveniments.

#### **Tema 3: Abans de l'esdeveniment, creació del briefing**

- Presentació de la marca
- Públic objectiu
- Definició d'objectius
- Descripció del tipus d'esdeveniment
- Pressuposat i timing.

#### **Tema 4: Creació conceptual de l'esdeveniment mitjançant tècniques de creativitat**

- Contextualització: factors socioeconòmics
- Públic objectiu: mapa d'empatia
- Brainstorming: realització d'una sessió de creativitat per la generació d'idees
- Proposta creativa final: tipus d'esdeveniment
- Definició operativa: accions clau Pre-Durant-Post

#### **Tema 5: Avaluació legal i financera per a la viabilitat de l'esdeveniment**

- Requisits legals aplicats als esdeveniments
- Control financer en la gestió d'esdeveniments
- Criteris de localització
- Calendari
- Pla de Patrocinis
- Co-Branding

#### **Tema 6: Pla de comunicació de l'esdeveniment**

- Pla de comunicació Transmedia
- Ambaixadors

#### **Tema 7: Pla d'acció**

- Gestió de Proveïdors
- Preproducció, timing, formació de treballadors
- Planning del muntatge i desmuntatge de l'esdeveniment, organització i responsabilitats
- Resultats, balanç i càlcul de ROI

### **Activitats d'aprenentatge**

---

AF1. Sessions teòriques

AF2. Seminaris

AF3. Treball en grup

AF4. Treball individual

AF5. Estudi personal

AF7. Tutories presencials

### **Sistema d'avaluació**

---

L'assignatura serà eminentment pràctica, per aquest motiu el seu sistema d'avaluació reflecteix aquest propòsit.

Se seguirà el sistema d'avaluació contínua contemplarà les següents accions:

- El desenvolupament individual d'un estudi de cas d'un esdeveniment real.

- El desenvolupament d'un projecte grupal per aplicar la metodologia d'organització d'esdeveniments estudiada a l'aula
- Un examen de validació dels continguts treballats

Resumint el pes de cada activitat seria:

SE1. Participació en les activitats plantejades dins de l'aula 10%

SE2. Treball individual i en grup 40%

SE3. Exposicions: 10%

SE4. Examen final 40%

És imprescindible aprovar totes les parts de l'avaluació amb una nota de 5 per aprovar el curs.

Només es podrà recuperar l'examen final i no les parts de l'avaluació continuada. L'estudiant que no es presenti a l'examen final no podrà realitzar l'examen de recuperació.

## Recursos

---

### Bàsics

#### Bibliografies

- Barry, Siskind (2007). Marketing de eventos: Estrategias clave para ferias comerciales, presentaciones, conferencias y otros eventos. Deusto ediciones.
- Cabero Soto, Luisa Cristina (2012). Organización de reuniones y eventos. Ediciones Paraninfo.
- Cuadrado Esclapez, Carmen y Rodríguez Cuadrado Ruth (2015) El ABC en la organización de eventos . FC editorial
- De la Serna Ramos, María y Escudero López-Cepero, Marta (2017). Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones (Ceremonial y Protocolo). Ed. Síntesis.
- Panizo Alonso, Julio y Jiménez-Morales, Mónica (2017). Eventos y protocolo: la gestión estratégica de actos corporativos e institucionales. Editorial UOC.

### Complementaris

#### Bibliografies

- Barranco Saiz, Francisco Javier (2005). Marketing social corporativo: La acción social de la empresa. Piramide.
- Gisbert, Paco (2015). 50 Eventos deportivos. Grijalbo.