



UNIVERSIDAD CAECE

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

| | | |
|---|----------------------------------|--|
| PROGRAMA DE: ORGANIZACIÓN DE EVENTOS | | |
| CODIGO DE LA CARRERA 081 | PLAN DE LA CARRERA 10R | CODIGO ASIGNATURA 1401/02R |
| AÑO 3º | CUATRIMESTRE 1º | VIGENCIA 2010 |
| CARRERA: LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES | | |
| Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL 119/02 | | Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA 761/00-56/01-534/01-861/04-691/09 |

OBJETIVOS

- Adquirir las herramientas fundamentales para Desarrollar profesionalmente todo tipo de eventos empresariales y sociales desde la planificación, organización y ejecución hasta la evaluación de los mismos como herramienta necesaria de las Relaciones Públicas
- Reconocer y poner en marcha estrategias para operar en los distintos momentos y mercados; Diagramar el organigrama de tareas y funciones; Contemplar todos los elementos logísticos y operativos que competen al desarrollo de un evento;
- Capacitación para la toma de decisiones, referidas a la Organización de Eventos, a través del análisis, discusión y práctica de diferentes casos.
- Desarrollar una visión realista de las responsabilidades del profesional de Relaciones Públicas, en la Organización de Eventos.

CONTENIDOS MINIMOS

Eventos: conceptualización y clasificación general. Evolución histórica y tendencias de la actividad. Identificación y clasificación de eventos. Objetivos y modalidades. El evento como sistema integral y como recurso de comunicación e intercambio. Aspectos y variables incidentes para la gestión, programación, optimización y eficacia de un evento. Rol y perfil de la entidad convocante, del público objetivo destinatario, de las empresas prestatarias de bienes y servicios. Concurrencia: clasificación. Misiones y funciones generales según roles. El organizador de eventos: misiones y funciones. Planificación: concepto, metodología, procesos y etapas metodológicas. Planificación estratégica: identificación y evaluación del contexto político-institucional de la entidad convocante, del objeto motivo del evento, del público objetivo, de los recursos y servicios. Determinación y evaluación de estrategias alternativas de acción y su factibilidad en los distintos niveles. Planificación operacional: programación y proyectación de actividades, tareas y recursos técnico-instrumentales. Implementación y desarrollo. Implementación ejecutiva del evento. Implementación postoperacional. Realización de prácticas profesionales en organizaciones e instituciones relacionadas con la Universidad y en eventos de la Universidad.

PROGRAMA ANALITICO

Unidad 1: Eventos: características y clasificación

Conceptualización de eventos. Los eventos como un sector del turismo. Definiciones y relación. Los eventos en el mundo y tendencia de la actividad.

Clasificación de los eventos. Objetivos y modalidades de cada tipología.

Unidad 2: Planificación de eventos

Generación de eventos. Entidades de apoyo a la organización de eventos. El Comité Organizador. Cronograma de actividades.

Unidad 3: Gestión y organización de eventos

Las secretarías: Científica, Difusión, Logística, de RRPP y Protocolo, de Exposición Comercial y de Finanzas. Control y evaluación del evento.

Unidad 4: Eventos Corporativos

Concepto y características específicas. Los eventos corporativos como parte de la estrategia de marketing de la empresa. Objetivos de los eventos corporativos.

Unidad 5: Tipos de Eventos Corporativos

Objetivos, características, asistentes y eventos asociados a la organización de: Visitas a la empresa: de directivos, de grupos, de prensa; Reuniones: Juntas de accionistas, reuniones de trabajo; Comidas: Coffee break, desayuno de trabajo, almuerzo de trabajo, snack de trabajo, comida de negocios; Celebraciones: inauguraciones, aniversarios, fiestas, firmas de convenios; Viajes: de negocios, de incentivos

Unidad 6: Tipos de Eventos Corporativos

Objetivos, características, asistentes y eventos asociados a la organización de: Actos, entrega de distinciones, entrega de premios; Jornadas de fraternización: jornadas recreativas, family day; Presentaciones: Lanzamiento de productos, lanzamiento de campañas; Seminarios y cursos. Charlas y coloquios; Convenciones; Ferias y exposiciones

BIBLIOGRAFÍA

- Buendía, Juan Manuel (2000). **Organización de Convenciones, Congresos y Seminarios**. Méjico. Trillas.
- Castex, Jorge E. y Gras, Juan Carlos (2005). **Puntos de Encuentro: la industria de las convenciones**. Buenos Aires. Ferias y Congresos.
- Fisher, John G. (2001). **Como organizar Convenciones y Congresos**. España. Romanyá / Valls.
- Herrero Blanco, Paloma (2000). **Gestión y organización de Congresos**. Madrid. Síntesis.
- Jijena Sánchez, Rosario (1997). **Eventos. Cómo organizarlos con éxito**. Buenos Aires. Centro de Organizadores de Eventos – COE.
- Llambí, Fernando (2005). **Mercado de Congresos y Convenciones en las Américas**. OMT. Organización Mundial del Turismo.

METODOLOGÍA

Exposiciones abiertas al debate con preguntas de reflexión.

Prácticas individuales y grupales con aplicación de diversas técnicas de estudio y metodología para análisis de casos.

EVALUACIÓN: APROBACION DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA

Evaluaciones parciales

El alumno deberá cumplir con las normas de la Universidad respecto de la asistencia a clase.

EVALUACION FINAL: REGIMEN DE APROBACION DE MATERIA

Examen final: Evaluación oral y/o escrita de toda la materia.