



## Guía Docente

**Workshop** Diseña y Organiza Eventos B2B

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2024-25

Los *workshops* son actividades formativas que el estudiante puede escoger entre una amplia oferta presentada por la Escuela cada curso académico. Su metodología es eminentemente **práctica** y se organizan en **grupos reducidos**.

Esta guía docente es susceptible de ser modificada por causa de fuerza mayor o sobrevenida.

Descriptor	<p>¡Aprende cómo organizar ferias y congresos B2B –cuando tus clientes son empresas- de manera que se conviertan en eventos emocionantes e inolvidables!</p> <p>Trabajaremos todo lo que necesitas saber sobre la organización de eventos comerciales, una industria que mueve millones de euros en España y en el resto del mundo. Aunque a simple vista parecen menos atractivos que los eventos dirigidos al consumidor final, los eventos B2B pueden ser muy interesantes desde el punto de vista del marketing y requieren mucha creatividad.</p> <p>Trataremos el diseño de experiencias cautivadoras que conecten con nuestro público objetivo y comuniquen nuestros mensajes de marketing, haciendo que la marca destaque. Cubriremos los aspectos prácticos de la organización de estos eventos, incluyendo la selección del lugar, la decoración, el marketing y la logística. Además, estudiaremos cómo medir el éxito de los eventos y cómo crear relaciones duraderas con clientes y <i>partners</i>.</p>
Contenido	<p>Tema 1: Introducción a los eventos B2B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El mundo de las ferias y los congresos B2B.</li> <li>✓ Beneficios de asistir a una feria o congreso: credibilidad en el mercado, creación de marca, presentación de nuevos productos o servicios.</li> <li>✓ Diferencias entre eventos B2C y B2B y enfoque H2H.</li> </ul> <p>Tema 2: La organización de la feria y el contexto de la empresa; la importancia de la colaboración interdepartamental y del análisis externo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Análisis Externo de la empresa: actores involucrados.</li> <li>✓ Análisis Interna de la empresa: ¿Cómo nos afecta la decisión de asistir a un evento?</li> <li>✓ El Event Manager: Roles y Responsabilidades</li> </ul>
Sistema de Evaluación	<p style="text-align: center;"><b>EVALUACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.</li> <li>• La puntuación mínima para superar cualquier <i>workshop</i> es un 5,00. Solamente los <i>workshops</i> superados son susceptibles de reconocimiento.</li> <li>• Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.</li> </ul> <p>Para el adecuado desarrollo de la evaluación, <b>el/la estudiante</b></p>



**SE COMPROMETE:**

- **A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado.**
- **A la autoría de sus trabajos y ejercicios.**  
*Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de **cero** y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.*
- **A la corrección ortográfica, sintáctica y léxica del material presentado.** Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación.
- **A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.**
- **A realizar toda entrega dentro del plazo establecido y exclusivamente a través de Moodle.**
- **A comunicarse con el/la docente exclusivamente:**
  - **Vía Moodle.**
  - **Personalmente en el aula.**

**EVALUACIÓN CONTINUADA**

Considerando la naturaleza eminentemente práctica y el aprendizaje gradual propio de las actividades realizadas en los *Workshops*, **no se contemplan ni la modalidad de evaluación única ni tampoco la reevaluación.**

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR PONDERADO
Clases magistrales (obligatorias)	Asistencia con participación pertinente y significativa como <b>mínimo</b> en el 80% de las sesiones. Para la calificación final, se realizará la media ponderada de los otros dos elementos <b>EXCLUSIVAMENTE</b> si se cumple este requisito.	Apto/ No apto
Actividad formativa individual (obligatoria)	A partir de un caso práctico presentado en clase, los/as estudiantes, organizados/as como un departamento de marketing de una empresa, deberán analizar una feria en concreto, ver si acude la competencia, analizar su posicionamiento, etc. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un <b>máximo de 5</b> estudiantes. (obligatoria)	Los equipos presentarán una propuesta de cómo organizar la feria contemplado presupuesto, localización del stand en el plano de la feria, como involucrar a los diferentes departamentos de la empresa, análisis de la competencia, qué productos llevamos, qué haremos en la feria, etc. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%



## Bibliografia

Cuadrado Esclapez, C & Rodriguez Cuadrado, R (2017). El Abc En La Organizacion De Eventos (2da ed.). FC Editorial.

Córdoba Jarrillo, C (2021). Relaciones Públicas y Organización de eventos de marketing. Paraninfo.

Observatorio MarTech Trends by Omnitel.

EMA – Asociación de Event Managers de España