



Teaching Guide

Identifying Data					2017/18
Subject (*)	Planning and management of destinations and touristic products of congress and conventions		Code	615524013	
Study programme	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)				
Descriptors					
Cycle	Period	Year	Type	Credits	
Official Master's Degree	2nd four-month period	First	Optativa	3	
Language	Spanish				
Teaching method	Face-to-face				
Prerequisites					
Department	EconomíaEmpresa				
Coordinador	Rodríguez Fernández, María Magdalena	E-mail	magdalena.rodriguez@udc.es		
Lecturers	Rodríguez Fernández, María Magdalena	E-mail	magdalena.rodriguez@udc.es		
Web					
General description	<p>Os obxectivos da materia son os seguintes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Definir e contextualizar conceptos básicos relacionados co turismo MICE, así como analizar a situación actual e tendencias futuras no mercado do turismo de negocios e reunións. 2) Coñecer os axentes ou entes implicados máis importantes no desenvolvemento deste tipo de turismo. 3) Estudar as características máis importantes que diferencian os congresos; as convencións; as xornadas, seminarios, simposios; as feiras, salóns, exposicións e; as viaxes de incentivos. 4) Analizar e desenvolver os pasos a seguir para organizar un congreso nos seus diferentes aspectos. 5) Determinar a importancia da mercadotecnia de destinos e produtos no turismo de negocios e reunións coa finalidade de salientar determinados aspectos vinculados á comercialización, comunicación, imaxe e posicionamento. <p>A utilidade desta materia para a Planificación e Xestión do turismo fundaméntase en:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Mellorar a prosperidade a longo prazo da comunidade local. b) Deleitar aos visitantes maximizando a súa satisfacción. c) Aumentar a rentabilidade das empresas locais e os efectos multiplicadores na súa economía. c) Optimizar os impactos do turismo, asegurando un equilibrio sostible entre beneficios económicos e custos socioculturais e ambientais. d) Promover o destino e satisfacer as necesidades de turistas e comunidade local. <p>Entre os beneficios que reporta o turismo de negocios e reunións, cabe destacar os seguintes: Económicos, Culturais (status, formación...), Desestacionalización, Publicidade beneficiosa e gratuita, Crecemento de ingresos debido a que o gasto medio deste tipo de turistas é superior ao vacacional, Diversificación da oferta, Economías de escala e Boa imaxe de destino</p> <p>Esta tipoloxía de turismo contribúe polo tanto, ao posicionamento turístico das cidades, dos organizadores, dos patrocinadores e dos colaboradores e mesmo das temáticas específicas dos congresos.</p>				

Study programme competences

Code	Study programme competences
A3	CE4 - Que os alumnos aprendan as técnicas de dirección de organizacións públicas e de empresas do sector turístico
A6	CE8 - Planificar novos destinos e produtos turísticos
A8	CE11 - Saber definir proxectos de investigación innovadores que repercutan positivamente no sector
A10	CE10 - Manexar as TIC para a comunicación, promoción e a comercialización
A12	CE7 - Capacidade para interpretar os cambios sociais e como afectan as innovacións nos produtos e ao comportamento do consumidor
B2	CB7 - Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo



B7	CG2 - Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida
B9	CG4 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras
C3	CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa
C4	CT4 - Traballar de forma colaborativa
C6	CT6 - Capacidade para interpretar, seleccionar e valorar conceptos adquiridos noutras disciplinas do ámbito turístico
C9	CT9 - Capacidade para resolver problemas con iniciativa, toma de decisións, creatividade, razonamiento crítico e de comunicar e transmitir coñecementos habilidades e destrezas

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
Descibir a situación actual e as tendencias futuras no mercado do turismo de reunións e convencións.	AC3	BC2	
Identificar os axentes ou entes implicados no desenvolvemento do turismo de reunións e convencións.	AJ3		
Planificar novos produtos turísticos para reunións e convencións.	AJ6 AC1 AC3	BC7	CC6 CC9
Aplicar os pasos a seguir para organizar un congreso nos seus diferentes aspectos.	AR1 AC1	BC2 BC9	CC3 CC4 CC6
Avaliar a importancia da mercadotecnia de destinos e produtos no turismo de negocios e reunións.	AC1 AC3		CC6
Aplicar las TIC para la comunicación, promoción y la comercialización de productos turísticos para reuniones y convenciones.	AC1	BC7	

Contents	
Topic	Sub-topic
TEMA 1: INTRODUCCIÓN AO TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓN	1.1. DEFINICIÓN E CONTEXTUALIZACIÓN DO TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓN 1.2. SITUACIÓN ACTUAL E TENDENCIAS DO MERCADO DE NEGOCIOS E REUNIÓN 1.3. O TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓN EN ESPAÑA, GALICIA E CORUÑA: ANÁLISE DA OFERTA E DEMANDA
TEMA 2: ESTRUTURAS ORGANIZATIVAS PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓN	2.1. OS CONVENTION BUREAU 2.2. EMPRESAS OPC: ESTRUCTURA E FUNCIÓNS 2.3. AXENCIAS DE EVENTOS 2.4. AXENCIAS DE COMUNICACIÓN 2.5. PROVEDORES DE SERVIZOS: ANIMACIÓN, CATERING, AXENCIAS DE VIAJES,? 2.6. PAZOS DE CONGRESOS E EXPOSICIÓN 2.7. RECINTOS FEIRAS 2.8. ASOCIACIÓNS E OUTROS AXENTES IMPLICADOS: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ADMINISTRACIÓN, TRANSPORTES..
TEMA 3: O CONGRESO, A CONVENCION E OUTRAS TÉCNICAS DE NEGOCIO E REUNION ASOCIADAS AO MUNDO DA EMPRESA TURÍSTICA	3.1. OBXECTIVOS E FUNCIÓNS. 3.2. CARACTERÍSTICAS: CONTIDOS E PROGRAMA; TEMPORALIDADE; DESTINATARIOS; DIFUSIÓN; INTENSIDADE; REQUISITOS INTERNOS; CORPORATIVIDADE; ACCIÓN PARALELAS
TEMA 4: A ORGANIZACIÓN DUN CONGRESO	4.1. FASES E DESENVOLVEMENTO 4.2. PREPARACIÓN E ORGANIZACIÓN 4.3. COMERCIALIZACIÓN E DIFUSIÓN 4.4. EXECUCIÓN E CONTROL



TEMA 5: A APLICACIÓN DO MARKETING DE DESTINOS E PRODUTOS AO TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓNS	<p>5.1. QUE DEBE FACER UN DESTINO PARA TER ÉXITO NESTE TIPO DE TURISMO</p> <p>5.2. PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN DO TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓNS</p> <p>5.3. A IMPORTANCIA DA IMAXE E O POSICIONAMENTO PARA O TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓNS</p>
--	---

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Workbook	B2 C3	4	8	12
Supervised projects	A6 A10 A8 B9 C4 C6 C9	15	20	35
Field trip	A3	3	0	3
Oral presentation	B2	1	0	1
Guest lecture / keynote speech	A12 B7	21	0	21
Personalized attention		3	0	3

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Workbook	<p>Facilitaranse como máximo aos alumnos dous textos ou lecturas de carácter obrigatorio como complemento ás sesións maxistras. O obxectivo destas é xerar discusión, fomentar a participación activa do alumno e resolver as cuestións que se formulen. O idioma das devanditas lecturas poderá ser o inglés ou o castelán.</p> <p>As lecturas deberán ser desenvolvidas tanto polos alumnos da modalidade presencial coma polos da non presencial. Estas consideraranse na avaliación final da materia, polo que é importante que todos os alumnos as entreguen.</p>
Supervised projects	<p>Para o caso de modalidade presencial:</p> <p>Elaboración dun traballo en grupo relacionado coa materia en cuestión, onde o alumno deberá ser capaz de organizar un congreso de turismo nun destino, cuxa temática e lugar quedarán a elección deste. Para iso deberán crearse entre dous e tres grupos de traballo.</p> <p>Durante a impartición das sesións maxistras levarase a cabo a tutorización correspondente ao traballo desenvolvido, así como o seguimento do labor levado a cabo polos diferentes grupos.</p> <p>Os traballos deberán expoñerse en público nas datas establecidas.</p> <p>Para o caso de modalidade non presencial:</p> <p>A elaboración do traballo será individual, salvo que alguén desexe formar grupos virtuais con outros alumnos da súa mesma modalidade, o cal deberá comunicalo coa suficiente antelación á profesora.</p> <p>Para os alumnos desta modalidade o traballo terá o mesmo contido que no caso da modalidade presencial.</p> <p>Os alumnos non presenciais tamén serán tutorizados de forma continua e farase un seguimento do seu traballo de forma individual ou colectiva, segundo sexa o caso.</p> <p>Poderán expoñer o seu traballo utilizando para iso os medios audiovisuais que sexan posibles e esteñan ao alcance de todos.</p>
Field trip	Saídas externas para coñecer in situ o funcionamento de empresas relacionadas coa organización de eventos.
Oral presentation	Os diferentes membros do grupo, ou os alumnos de forma individualizada deberán expoñer o traballo tutelado como xa se ten especificado na metodoloxía anterior. Aspecto que será valorado na nota final.
Guest lecture / keynote speech	Explicación dos contidos que conforman o marco teórico da materia mediante a exposición oral, guiada co uso de presentacións, a través de medios audiovisuais (power point) e coa introdución de cuestións dirixidas ao alumnado coa finalidade de favorecer a súa aprendizaxe



Personalized attention

Methodologies	Description
Workbook Supervised projects	<p>Os diferentes membros do grupo, ou os alumnos de forma individualizada poderán consultar as dúbidas correspondentes ao desenvolvemento das lecturas e do traballo tutelado.</p> <p>Os horarios de clase son os seguintes: Semana do 31 ao 1 de Febreiro De 16:00 a 18:15 horas Semana do 5 ao 8 de Febreiro De 18:15 a 20:30 horas Semana do 12 ao 15 de Febreiro De 16:00 a 18:15 horas</p> <p>As Titorías realizaranse por teléfono, por mail ou de forma presencial, nas seguintes semanas: Un día durante a primeira semana de clase Un día durante a segunda semana de clase Un día durante a terceira semana de clase Un día durante a terceira semana de marzo Un día durante a cuarta semana de marzo.</p> <p>Lugar Titorías: Facultade de Economía e Empresa, Despacho: 219A Teléfono: 981.167.000, Extensión: 2592 Correo electrónico: magdalena.rodriguez@udc.es</p>

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Workbook	B2 C3	<p>Neste caso propóñense como máximo dous artigos ou lecturas obrigatorias, cuxos alumnos de ambas as dúas modalidades (presencial e non presencial) deberán ler, comentar, opinar e responder a unha serie de cuestións que se formulen nestas.</p> <p>As devanditas lecturas deberán ser desenvolvidas por todos os alumnos de xeito individual, as cales supoñerán un 10% na cualificación final da materia, sempre que se cumpran unha serie de requisitos, entre os cales se encontran, calidade de redacción, opinión contrastada, utilización de fontes bibliográficas, etc.</p> <p>O prazo de entrega das devanditas lecturas farase a segunda semana do mes de marzo.</p>	10



Supervised projects	A6 A10 A8 B9 C4 C6 C9	<p>Avaliación continua do traballo realizado ao longo da materia. O desenvolvemento do traballo ben sexa en grupo (modalidade presencial) ou individualizado (modalidade non presencial) representará o 70% da nota final.</p> <p>Na devandita valoración teranse en conta os seguintes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Orixinalidade2) Aplicación de fundamentos3) Calidade da redacción4) Utilización de fontes bibliográficas <p>Para superar a materia, é necesario alcanzar unha puntuación mínima do 50% no traballo tutelado.</p> <p>A entrega do traballo tutelado farase durante a cuarta semana do mes de marzo.</p> <p>A revisión das cualificación será a terceira semana do mes de abril.</p>	70
Oral presentation	B2	<p>O grupo (modalidade presencial) ou alumno de forma individual (modalidade non presencial) deberá expoñer o seu traballo, empregando para iso os medios audiovisuais que poidan e esteñan ao seu alcance.</p> <p>É necesario entregar a presentación do traballo en power point ou en calquera outro formato similar.</p> <p>A presentación suporá o 20% da nota final da materia onde de forma individualizada valorarase en cada alumno esa porcentaxe tendo en conta os seguintes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Calidade da presentación2) Precisión e claridade da exposición e das respostas. <p>No caso de modalidade presencial todos os integrantes do grupo deberán expoñer unha parte do traballo dado que a nota da presentación oral será otorgada de forma individualizada a cada alumno.</p> <p>No caso de que un alumno de modalidade non presencial non puidese expoñer o seu traballo, valorarase a presentación en power point, tendo en conta a calidade da presentación e a precisión e claridade nas respostas ás preguntas que a profesora lle formule posteriormente.</p>	20

Assessment comments

Nota: Os alumnos de modalidade non presencial poderán formar grupos de traballo con alumnos da súa mesma modalidade, sempre e cando llo notifiquen previamente ao profesor e este o considere oportuno.

A revisión das cualificacións da primeira oportunidade realizaranse durante a terceira semana de abril.

O sistema de avaliación aplicado na primeira oportunidade manterase para a segunda oportunidade de Xullo. De modo que o alumno deberá entregar as lecturas correspondentes e o traballo. A entrega de traballos e lecturas na segunda oportunidade realizaranse na terceira semana do mes de xullo e a revisión das cualificacións farase na cuarta semana do mes de xullo.

No caso de alumnos con dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia: Acordarase ao inicio do curso un calendario específico de fechas compatible coa súa dedicación, pero terá a mesma obrigaçión de realizar actividades e de acudir a calquer tipo de proba de avaliación que o alumnado a tempo completo.

Sources of information



Basic	<ul style="list-style-type: none">- BUENDÍA, J.M (2009). Organización de Reuniones, Convenciones, Congresos y Seminarios.. México, Trillas- GARCÍA, J.M.; SUCH M.J (2010). Influencia de los mega-eventos en la oferta alojativa de un destino: los juegos olímpicos. Análisis Turístico 10 2º semestre, pp. 45-55. Análisis Turístico- KIRANT, O; IÇÖZ, O (2010). A Model Proposal on the Use of Creative Tourism Experiences in Congress Tourism and the Congress Marketing Mix. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 8(3) Special Issue págs. 105-113.. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural- LÓPEZ, D. et al (2008). Turismo de negocios y reuniones. Congresos, convenciones e incentivos,. Valencia, Tirant lo Blanch- RODRÍGUEZ, M.M (2016). Material básico para el seguimiento de las sesiones magistrales. .- MIRANDA, D. (2008). Análise do desenvolvemento e o potencial do turismo MICE. Estudo do caso de Galicia e Santiago de Compostela. Dirección Xeral de Turismo, Xunta de Galicia- LABORDA, J.L (2000). Congresos, convenciones e incentivos. Madrid, Síntesis- MAURE AGÜERO, G. (2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. Contribuciones a la Economía- BUENDÍA, J.M. (2009). Organización de Reuniones, Convenciones, Congresos y Seminarios. México, Trillas- RICHERO, A. (2008). Planeación y ejecución de eventos presenciales y en línea. México, Trillas- LÓPEZ, D. et al (2008). Turismo de negocios y reuniones. Congresos, convenciones e incentivos,. Valencia, Tirantlo Blanch
Complementary	

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.