



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data			2018/19	
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	Optional	3
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	EconomíaEmpresa			
Coordinador	Rodríguez Fernández, María Magdalena	E-mail	magdalena.rodriquez@udc.es	
Lecturers	Rodríguez Fernández, María Magdalena	E-mail	magdalena.rodriquez@udc.es	
Web				
General description	Os obxectivos da materia son os seguintes: 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. A utilidade desta materia para a Planificación e Xestión do turismo fundaméntase en: 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. Entre os beneficios que reporta o turismo de negocios e reunións, cabe destacar os seguintes: Económicos, Culturais (status, formación...), Desestacionalización, Publicidade beneficiosa e gratuíta, 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 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.			

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: ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓN	2.1. OS CONVENTION BUREAU 2.2. EMPRESAS OPC: ESTRUCTURA E FUNCIÓN 2.3. AXENCIAS DE EVENTOS 2.4. AXENCIAS DE COMUNICACIÓN 2.5. PROVEDORES DE SERVICIOS: ANIMACIÓN, CATERING, AXENCIAS DE VIAJES,? 2.6. PAZOS DE CONGRESOS E EXPOSICIÓN 2.7. RECINTOS FEIRAIS 2.8. ASOCIACIÓN 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 FUNCIÓN. 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	5.1. QUE DEBE FACER UN DESTINO PARA TER ÉXITO NESTE TIPO DE TURISMO 5.2. PROMOCIÓN E COMERCIALIZACIÓN DO TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓNS 5.3. A IMPORTANCIA DA IMAXE E O POSICIONAMENTO PARA O TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓNS
--	---

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	Facilitaranse como máximo aos alumnos dous textos ou lecturas de carácter obrigatorio como complemento ás sesións maxistrais. 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. 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.
Supervised projects	Para o caso de modalidade presencial: 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. Durante a impartición das sesións maxistrais levarase a cabo a tutorización correspondente ao traballo desenvolvido, así como o seguimento do labor levado a cabo polos diferentes grupos. Os traballos deberán expoñerse en público nas datas establecidas. Para o caso de modalidade non presencial: 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. Para os alumnos desta modalidade o traballo terá o mesmo contido que no caso da modalidade presencial. 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. Poderán expoñer o seu traballo utilizando para iso os medios audiovisuais que sexan posibles e esteñan ao alcance de todos.
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	Os diferentes membros do grupo, ou os alumnos de forma individualizada poderán consultar as dúbidas correspondentes ao desenvolvemento das lecturas e do traballo tutelado. Os horarios de clase son os seguintes: Do 4 ao 7 de febreiro, de 16:00 a 18:15 horas Do 11 ao 14 de febreiro, de 18:15 a 20:30 horas Do 18 ao 19 de febreiro, de 16:00 a 18:15 horas 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 cuarta semana de marzo Un día durante a primeira semana de abril Lugar Titorías: Facultade de Economía e Empresa, Despacho: 219A Teléfono: 981.167.000, Extensión: 2592 Correo electrónico: magdalena.rodriguez@udc.es

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Workbook	B2 C3	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. 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. O prazo de entrega das devanditas lecturas farase a terceira semana do mes de marzo.	10



Supervised projects	A6 A10 A8 B9 C4 C6 C9	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. Na devandita valoración teranse en conta os seguintes aspectos: 1) Orixinalidade 2) Aplicación de fundamentos 3) Calidade da redacción 4) Utilización de fontes bibliográficas Para superar a materia, é necesario alcanzar unha puntuación mínima do 50% no traballo tutelado. A entrega do traballo tutelado farase durante a cuarta semana del mes de abril. A revisión das cualificación será a segunda semana do mes de maio.	70
Oral presentation	B2	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. É necesario entregar a presentación do traballo en power point ou en calquera outro formato similar. 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: 1) Calidade da presentación 2) Precisión e claridade da exposición e das respostas. 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. 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.	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 segunda semana de maio.

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 segunda semana do mes de xullo e a revisión das cualificacións farase na terceira 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 obrigación de realizar actividades e de acudir a calquer tipo de proba de avaliación que o alumnado a tempo completo.

Sources of information



Basic	- 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, Tirant lo 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.