



Guía docente

| Datos Identificativos | | | | | 2019/20 |
|-----------------------|---|--------------------|----------------------------|----------|---------|
| Asignatura (*) | Planificación y gestión de destinos y productos turísticos de congresos y convenciones | Código | 615524013 | | |
| Titulación | Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016) | | | | |
| Descriptorios | | | | | |
| Ciclo | Periodo | Curso | Tipo | Créditos | |
| Máster Oficial | 2º cuatrimestre | Primero | Optativa | 3 | |
| Idioma | Castellano | | | | |
| Modalidad docente | Presencial | | | | |
| Prerrequisitos | | | | | |
| Departamento | EconomíaEmpresa | | | | |
| Coordinador/a | Rodríguez Fernández, María Magdalena | Correo electrónico | magdalena.rodriguez@udc.es | | |
| Profesorado | Rodríguez Fernández, María Magdalena | Correo electrónico | magdalena.rodriguez@udc.es | | |
| Web | | | | | |
| Descripción general | <p>Los objetivos de la asignatura son los siguientes: 1)Definir y contextualizar conceptos básicos relacionados con el turismo MICE, así como analizar la situación actual y tendencias futuras en el mercado del turismo de negocios y reuniones. 2) Conocer los agentes o entes implicados más importantes en el desarrollo de este tipo de turismo. 3) Estudiar las características más importantes que diferencian a los congresos; las convenciones; las jornadas, seminarios, simposios; las ferias, salones, exposiciones y; los viajes de incentivos. 4) Analizar y desarrollar los pasos a seguir para organizar un congreso en sus diferentes aspectos. 5) Determinar la importancia del marketing de destinos y productos en el turismo de negocios y reuniones con la finalidad de enfatizar determinados aspectos vinculados a la comercialización, comunicación, imagen y posicionamiento. La utilidad de esta materia para la Planificación y Gestión del turismo se fundamenta en: a) Mejorar la prosperidad a largo plazo de la comunidad local b) Deleitar a los visitantes maximizando su satisfacción c) Aumentar la rentabilidad de las empresas locales y los efectos multiplicadores en su economía c) Optimizar los impactos del turismo, asegurando un equilibrio sostenible entre beneficios económicos y costes socioculturales y medioambientales d) Promocionar el destino y satisfacer las necesidades de turistas y comunidad local Entre los beneficios que reporta el turismo de negocios y reuniones, cabe destacar los siguientes: Económicos, Culturales (status, formación,?), Desestacionalización, Publicidad beneficiosa y gratuita, Crecimiento de ingresos debido a que el gasto medio de este tipo de turistas es superior al vacacional, Diversificación de la oferta, Economías de escala y Buena imagen de destino Esta tipología de turismo contribuye por tanto, al posicionamiento turístico de las ciudades, de los organizadores, de los patrocinadores y de los colaboradores e incluso de las temáticas específicas de los congresos. Cabe precisar que los alumnos dispondrán de todo el material necesario para el seguimiento de la materia. Dicho material estará disponible en power point, se colgará en moodle y consta de: 1) Presentación de la materia donde se detalla todo lo necesario para entender el sentido general de la misma. 2) Presentación y explicación de todos los temas que configuran dicha materia. 3) Presentación de la estructura, los pasos a seguir y los contenidos necesarios para la realización del trabajo final de la materia.</p> | | | | |

Competencias / Resultados del título

| Código | Competencias / Resultados del título |
|--------|--|
| A1 | CE1 - Que los estudiantes conozcan los principios de la planificación y la gestión sostenible |
| A3 | CE4 - Que los alumnos aprendan las técnicas de dirección de organizaciones públicas y de empresas del sector turístico |
| A5 | CE6 - Saber manejar el capital social, entendiendo el destino turístico como sistema y relacionar agentes implicados en el desarrollo del producto turístico |
| A6 | CE8 - Planificar nuevos destinos y productos turísticos |
| A8 | CE11 - Saber definir proyectos de investigación innovadores que repercutan positivamente en el sector |
| A9 | CE12 - Utilizar las metodologías científicas adecuadas tanto cualitativas como cuantitativas |
| A10 | CE10 - Manejar las TIC para la comunicación, promoción y la comercialización |
| A12 | CE7 - Capacidad para interpretar los cambios sociales y como afectan a las innovaciones en los productos y al comportamiento del consumidor |



| | |
|-----|---|
| B1 | CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación |
| B2 | CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio |
| B6 | CG1 - Expresarse correctamente, tanto de forma verbal como escrita, en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma |
| B7 | CG2 - Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida |
| B8 | CG3 - Desenvolverse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basada en el conocimiento y orientadas al bien común |
| B9 | CG4 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras |
| B12 | CG7 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desenvolvimiento tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad |
| C3 | CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa |
| C4 | CT4 - Trabajar de forma colaborativa |
| C6 | CT6 - Capacidad para interpretar, seleccionar y valorar conceptos adquiridos en otras disciplinas del ámbito turístico |
| C8 | CT8 - Comunicar por escrito y oralmente los conocimientos procedentes del lenguaje científico |
| C9 | CT9 - Capacidad para resolver problemas con iniciativa, toma de decisiones, creatividad, razonamiento crítico y de comunicar y transmitir conocimientos habilidades y destrezas |

| Resultados de aprendizaje | | | |
|--|--------------------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| Resultados de aprendizaje | Competencias / Resultados del título | | |
| Describir la situación actual y las tendencias futuras en el mercado del turismo de reuniones y convenciones. | AP1 AM3 | BM2 | |
| Identificar los agentes o entes implicados en el desarrollo del turismo de reuniones y convenciones. | AP3 | | |
| Planificar nuevos productos turísticos para reuniones y convenciones. | AP5 AP6 AM1 AM3 | BM7 BM12 | CM6 CM9 |
| Aplicar los pasos a seguir para organizar un congreso en sus diferentes aspectos. | AI1 AI2 AM1 | BM1 BM2 BM6 BM8 BM9 | CM3 CM4 CM6 CM8 |
| Evaluar la importancia del marketing de destinos y productos en el turismo de negocios y reuniones. | AM1 AM3 | | CM6 |
| Aplicar las TIC para la comunicación, promoción y la comercialización de productos turísticos para reuniones y convenciones. | AM1 | BM7 | |

| Contenidos | |
|---|---|
| Tema | Subtema |
| TEMA 1: INTRODUCCIÓN AL TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES | 1.1. DEFINICIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES 1.2. SITUACIÓN ACTUAL Y TENDENCIAS DEL MERCADO DE NEGOCIOS Y REUNIONES 1.3. EL TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES EN ESPAÑA, GALICIA Y CORUÑA: ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA |



| | |
|---|---|
| TEMA 2: ESTRUCTURAS ORGANIZATIVAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES | <p>2.1. LOS CONVENTION BUREAU</p> <p>2.2. EMPRESAS OPC: ESTRUCTURA Y FUNCIONES</p> <p>2.3. AGENCIAS DE EVENTOS</p> <p>2.4. AGENCIAS DE COMUNICACIÓN</p> <p>2.5. PROVEEDORES DE SERVICIOS: ANIMACIÓN, CATERING, AGENCIAS DE VIAJES,?</p> <p>2.6. PALACIOS DE CONGRESOS Y EXPOSICIONES</p> <p>2.7. RECINTOS FERIALES</p> <p>2.8. ASOCIACIONES Y OTROS AGENTES IMPLICADOS: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ADMINISTRACIÓN, TRANSPORTES..</p> |
| TEMA 3: EL CONGRESO, LA CONVENCION Y OTRAS TÉCNICAS DE NEGOCIO Y REUNIÓN ASOCIADAS AL MUNDO DE LA EMPRESA TURÍSTICA | <p>3.1. OBJETIVOS Y FUNCIONES.</p> <p>3.2. CARACTERÍSTICAS: CONTENIDOS Y PROGRAMA; TEMPORALIDAD; DESTINATARIOS; DIFUSIÓN; INTENSIDAD; REQUISITOS INTERNOS; CORPORATIVIDAD; ACCIONES PARALELAS</p> |
| TEMA 4: LA ORGANIZACIÓN DE UN CONGRESO | <p>4.1. FASES Y DESARROLLO</p> <p>4.2. PREPARACIÓN Y ORGANIZACIÓN</p> <p>4.3. COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN</p> <p>4.4. EJECUCIÓN Y CONTROL</p> |
| TEMA 5: LA APLICACIÓN DEL MARKETING DE DESTINOS Y PRODUCTOS AL TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES. | <p>5.1. QUÉ DEBE HACER UN DESTINO PARA TENER ÉXITO EN ESTE TIPO DE TURISMO</p> <p>5.2. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES</p> <p>5.3. LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN Y EL POSICIONAMIENTO PARA EL TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES</p> |

| Planificación | | | | |
|------------------------|--|---|------------------------|---------------|
| Metodologías / pruebas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciales y virtuales) | Horas trabajo autónomo | Horas totales |
| Lecturas | B1 B2 C3 C8 | 4 | 8 | 12 |
| Trabajos tutelados | A1 A5 A6 A10 A8 A9 B8 B9 B12 C4 C6 C8 C9 | 15 | 20 | 35 |
| Presentación oral | B2 B6 | 1 | 0 | 1 |
| Sesión magistral | A3 A12 B7 | 24 | 0 | 24 |
| Atención personalizada | | 3 | 0 | 3 |

(*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

| Metodologías | |
|--------------|--|
| Metodologías | Descripción |
| Lecturas | Se facilitarán como máximo a los alumnos de la modalidad presencial y online dos textos o lecturas de carácter obligatorio como complemento a las sesiones magistrales. El objetivo de las mismas es generar discusión, fomentar la participación activa del alumno y resolver las cuestiones que se formulen. El idioma de dichas lecturas podrá ser el inglés o el castellano. Las lecturas deberán ser desarrolladas tanto por los alumnos de la modalidad presencial como por los de la no presencial. Éstas se considerarán en la evaluación final de la materia, por lo que es importante que todos los alumnos las entreguen. |



| | |
|--------------------|--|
| Trabajos tutelados | <p>Para el caso de modalidad presencial:</p> <p>Elaboración de un trabajo en grupo relacionado con la materia en cuestión, donde el alumno deberá ser capaz de organizar un congreso de turismo en un destino, cuya temática y lugar quedarán la elección de este. Para eso deberán crearse entre dos y tres grupos de trabajo.</p> <p>Durante la impartición de las sesiones magistrales se llevará a cabo la tutorización correspondiente al trabajo desarrollado, así como el seguimiento del cometido llevado a cabo por los diferentes grupos.</p> <p>Los trabajos deberán exponerse en público en las fechas establecidas.</p> <p>Para el caso de modalidad no presencial/online:</p> <p>La elaboración del trabajo será individual, salvo que alguien desee formar grupos virtuales con otros alumnos de su misma modalidad, lo cual deberá comunicarlo con la suficiente antelación a la profesora.</p> <p>Para los alumnos de esta modalidad el trabajo tendrá el mismo contenido que en el caso de la modalidad presencial.</p> <p>Los alumnos no presenciales también serán tutorizados de forma continua y se hará un seguimiento de su trabajo de forma individual o colectiva, según sea el caso.</p> <p>Podrán exponer su trabajo utilizando para ello los medios audiovisuales que sean posibles y estén al alcance de todos. De todos modos y con independencia de si es posible o no que expongan su trabajo de forma virtual, es necesario que envíen la presentación de su trabajo en un power point con audio.</p> <p>Después de la entrega del trabajo se podrá hacer un Skype con el estudiante para verificar que el trabajo fue realizado por él.</p> |
| Presentación oral | <p>Los diferentes miembros del grupo, o los alumnos de forma individualizada deberán exponer el trabajo tutelado como ya se ha especificado en la metodología anterior. Aspecto que será valorado en la nota final. En el caso de los alumnos de la modalidad online, para la evaluación de esta metodología, es necesario que envíen la presentación en power point con audio.</p> |
| Sesión magistral | <p>Explicación de los contenidos que conforman el marco teórico de la materia mediante la exposición oral guiada con el uso de presentaciones, a través de medios audiovisuales (power point) y con la introducción de cuestiones dirigidas al alumnado con la finalidad de favorecer su aprendizaje.</p> <p>Todos los estudiantes, tanto los de la modalidad presencial como los de la online, tendrán acceso a este material a través de la plataforma moodle.</p> <p>En el caso de los estudiantes de la modalidad online, se podrán crear foros virtuales, a través de la plataforma moodle, para mantener discusiones y debates sobre temas de interés relacionados con la materia.</p> <p>La asistencia a clase para los alumnos de la modalidad presencial y la participación en los foros virtuales para los de la online será obligatoria por lo que se computará a efectos de la nota final.</p> <p>Como parte de las sesiones magistrales, se podrá organizar una salida externa para conocer in situ el funcionamiento de alguna empresa relacionada con la organización de eventos. Esta salida está abierta a los alumnos de ambas modalidades por lo que tiene carácter optativo.</p> |

Atención personalizada

| Metodologías | Descripción |
|--------------|-------------|
|--------------|-------------|



| | |
|---|---|
| <p>Lecturas</p> <p>Trabajos tutelados</p> | <p>Estoy a disposición de los alumnos para tutorías presenciales/online cuando consideren oportuno.</p> <p>Durante el curso académico se realizará una atención personalizada y continuada a todos los alumnos matriculados en esta materia, tanto para resolver dudas de las clases presenciales/online, como para tratar temas relacionados con los trabajos. En este sentido, los diferentes miembros del grupo, o los estudiantes de forma individualizada, tanto los de la modalidad presencial como los de la online, podrán plantear las dudas correspondientes a las sesiones magistrales, al desarrollo de las lecturas y a la elaboración del trabajo tutelado.</p> <p>Las Tutorías se realizarán por teléfono, por mail, por Skype o de forma presencial, los siguientes días:</p> <p>Jueves 6 de febrero de 10:00 a 11:30 horas. Martes 11 de febrero de 10:00 a 11:30 horas. Viernes 14 de febrero de 10:00 a 11:30 horas. Jueves 26 de marzo de 10:00 a 11:30 horas. Jueves 2 de abril de 10:00 a 11:30 horas.</p> <p>Lugar Tutorías: Facultad de Economía y Empresa, Despacho: 219A</p> <p>Teléfono: 981.167.000, Ext. 2592 Correo electrónico: magdalena.rodriguez@udc.es Skype:magdalenarofer</p> |
|---|---|

| Evaluación | | | |
|------------------|---------------------------|---|--------------|
| Metodologías | Competencias / Resultados | Descripción | Calificación |
| Sesión magistral | A3 A12 B7 | Asistencia y participación obligatoria que se valorará teniendo en cuenta la involucración del alumnado en las sesiones presenciales (modalidad presencial) o la participación activa y razonada en los foros/debates, tareas colaborativas, tutorías virtuales, ... (modalidad online). | 10 |
| Lecturas | B1 B2 C3 C8 | <p>En este caso se proponen como máximo dos artículos o lecturas obligatorias, cuyos alumnos de ambas modalidades (presencial y online) deberán leer, comentar, opinar y responder a una serie de cuestiones que se planteen en las mismas.</p> <p>Dichas lecturas deberán ser desarrolladas por todos los alumnos de manera individual, las cuales supondrán un 10% en la calificación final de la asignatura, siempre que se cumplan una serie de requisitos, entre los cuales se encuentran, calidad de redacción, opinión contrastada, utilización de fuentes bibliográficas, etc.</p> <p>El plazo de entrega de dichas lecturas se hará la cuarta semana del mes de marzo.</p> | 10 |



| | | | |
|--------------------|--|---|----|
| Trabajos tutelados | A1 A5 A6 A10 A8 A9 B8 B9 B12 C4 C6 C8 C9 | <p>Evaluación continua del trabajo realizado a lo largo de la materia. El desarrollo del trabajo bien sea en grupo (modalidad presencial/online) o individualizado (modalidad online) representará el 60% de la nota final.</p> <p>En dicha valoración se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Originalidad2) Aplicación de fundamentos3) Calidad de la redacción4) Utilización de fuentes bibliográficas <p>Para superar la materia, es necesario alcanzar una puntuación mínima del 50% en el trabajo tutelado.</p> <p>La entrega del trabajo tutelado será en la quinta semana del mes de abril. En el caso de la modalidad online después de la entrega del trabajo se podrá hacer un Skype con el estudiante para verificar que el trabajo fue realizado por él.</p> <p>La revisión de las calificaciones se efectuará durante la cuarta semana de mayo.</p> | 60 |
| Presentación oral | B2 B6 | <p>El grupo (modalidad presencial) o alumno de forma individual (modalidad no presencial) deberán exponer su trabajo, utilizando para ello los medios audiovisuales que puedan y estén a su alcance.</p> <p>Es necesario entregar la presentación del trabajo en power point o en cualquier otro formato similar.</p> <p>La presentación supondrá el 20% de la nota final de la materia donde de forma individualizada se valorará en cada alumno ese porcentaje teniendo en cuenta los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none">1) Calidad de la presentación2) Precisión y claridad de la exposición y de las respuestas. <p>En el caso de modalidad presencial todos los integrantes del grupo deberán exponer una parte del trabajo dado que la nota de la presentación oral será asignada de forma individualizada a cada alumno. En el caso de los alumnos de la modalidad online es necesario que envíen la presentación en power point con audio.</p> <p>En el caso de que un alumno de la modalidad online no pudiese exponer su trabajo, se valorará la presentación en power point con audio, teniendo en cuenta la calidad de la presentación y la precisión y claridad en las respuestas a las preguntas que la profesora le formule posteriormente vía mail o por Skype.</p> | 20 |

Observaciones evaluación



Nota:

La asistencia y participación es obligatoria y se evaluará teniendo en cuenta la implicación de los estudiantes en las sesiones presenciales (modalidad presencial) o a través de la participación en moodle o por correo electrónico (modalidad online).

Los alumnos de modalidad online podrán formar grupos de trabajo con alumnos de su misma modalidad, siempre y cuando se lo notifiquen previamente al profesor y éste lo considere oportuno.

La revisión de las calificaciones de la primera oportunidad se realizará durante la cuarta semana de mayo.

El sistema de evaluación aplicado en la primera oportunidad se mantendrá para la segunda oportunidad (julio). De modo que el alumno deberá entregar las lecturas correspondientes y el trabajo. La entrega de los trabajos y lecturas en la segunda oportunidad se realizará en la segunda semana del mes de julio y la revisión de las calificaciones se hará en la tercera semana del mes de julio.

En el caso del alumno con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia, se acordará al inicio del curso un calendario específico de fechas compatible con su dedicación, no obstante tendrá la misma obligación de realizar actividades y de acudir a cualquier tipo de prueba de evaluación que el alumnado a tiempo completo.

Fuentes de información

| | |
|-----------------------|---|
| Básica | <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. . - LABORDA, J.L (2000). Congresos, convenciones e incentivos. Madrid, Síntesis.- MIRANDA, D. (2008). Análise do desenvolvemento e o potencial do turismo MICE. Estudo do caso de Galicia eSantiago de Compostela. Dirección Xeral de Turismo, Xunta de Galicia- MAURE AGÜERO, G. (2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. Contribuciones a la Economía-- RICHERO, A. (2008). Planeación y ejecución de eventos presenciales y en línea. México, Trillas |
| Complementaria | |

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías