UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Teaching Guide					
Identifying Data				2021/22	
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.rodriguez@udc.es		
Lecturers	Rodríguez Fernández, María Magdalena	E-mail	magdalena.rodriguez@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.				

Contingency plan	1. Modifications to the contents 2. Methodologies *Teaching methodologies that are maintained *Teaching methodologies that are modified 3. Mechanisms for personalized attention to students 4. Modifications in the evaluation *Evaluation observations: 5. Modifications to the bibliography or webgraphy

Study programme competences / results	
Code	Study programme competences / results
A1	CE1 - Que os estudantes coñezan os principios da planificación e a xestión sustentable
A3	CE4 - Que os alumnos aprendan as técnicas de dirección de organizacións públicas e de empresas do sector turístico
A5	CE6 - Saber manexar o capital social, entendendo o destino turístico como sistema e relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico
A6	CE8 - Planificar novos destinos e produtos turísticos
A8	CE11 - Saber definir proxectos de investigación innovadores que repercutan positivamente no sector
A9	CE12 - Utilizar as metodoloxías científicas adecuadas tanto cualitativas como cuantitativas
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
B1	CB6 - Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación
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
B6	CG1 - Expresarse correctamente, tanto de forma verbal como escrita, nas linguas oficiais da Comunidade Autónoma
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
B8	CG3 - Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseada no coñecemento e orientadas ao ben común
B9	CG4 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras
B12	CG7 - Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvimiento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade
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
C8	CT8 - Comunicar por escrito e oralmente os coñecementos procedentes da linguaxe científica
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 / results

Describir a situación actual e as tendencias futuras no mercado do turismo de reunións e convencións.	AJ1 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.	AJ5 AJ6 AC1 AC3	BC7 BC12	CC6 CC9
Aplicar os pasos a seguir para organizar un congreso nos seus diferentes aspectos.	AR1 AR2 AC1	BC1 BC2 BC6 BC8 BC9	CC3 CC4 CC6 CC8
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: INTRODUCIÓN AO TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓNS	1.1. DEFINICIÓN E CONTEXTUALIZACIÓN DO TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓNS 1.2. SITUACIÓN ACTUAL E TENDENCIAS DO MERCADO DE NEGOCIOS E REUNIÓNS 1.3. O TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓNS EN ESPAÑA, GALICIA E CORUÑA: ANÁLISE DA OFERTA E DEMANDA
TEMA 2: ESTRUTURAS ORGANIZATIVAS PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO DE NEGOCIOS E REUNIÓNS	2.1. OS CONVENTION BUREAU 2.2. EMPRESAS OPC: ESTRUTURA 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 EXPOSICIÓNS 2.7. RECINTOS FEIRAIS 2.8. ASOCIACIÓNS E OUTROS AXENTES IMPLICADOS: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ADMINISTRACIÓN, TRANSPORTES..
TEMA 3: O CONGRESO, A CONVENCIÓN E OUTRAS TÉCNICAS DE NEGOCIO E REUNIÓN ASOCIADAS AO MUNDO DA EMPRESA TURÍSTICA	3.1. OBXECTIVOS E FUNCIÓNS. 3.2. CARACTERÍSTICAS: CONTIDOS E PROGRAMA; TEMPORALIDADE; DESTINATARIOS; DIFUSIÓN; INTENSIDADE; REQUISITOS INTERNOS; CORPORATIVIDADE; ACCIÓNS 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 / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	Student?s personal work hours	Total hours
Workbook	B2 B1 C8 C3	4	8	12
Supervised projects	A1 A5 A6 A10 A8 A9 B8 B9 B12 C4 C6 C8 C9	15	20	35
Oral presentation	B2 B6	1	0	1
Guest lecture / keynote speech	A3 A12 B7	24	0	24
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 da modalidade presencial dous textos ou lecturas 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 e debatidas por todolos estudantes ao longo das sesións maxistrais.
Supervised projects	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 de crearse entre dous e cinco grupos de traballo, ainda que o número de grupos definitivo dependerá dos estudantes matriculados na materia. Durante a impartición das sesións maxistrais levarase a cabo a tutorización correspondente ao traballo desenvolvido, así como o seguimento da labor levada a cabo polos diferentes grupos. Os traballos deberán expoñerse en público nas datas establecidas.
Oral presentation	Os diferentes membros do grupo 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. Todos os estudantes terán acceso a este material a través das plataformas campus virtual e(ou Teams. A asistencia a clase para os estudantes da modalidade presencial será obrigatoria polo que se computará a efectos da nota final. Como parte das sesións maxistrais poderase organizar unha saída externa para coñecer in situ o funcionamento dalgunha empresa relacionada coa organización de eventos.

Personalized attention	
Methodologies	**Description**

Workbook Supervised projects	Estou a disposición dos alumnos para titorías presenciais/online cando o consideren oportuno. Durante o curso académico, prestarase atención personalizada e continua a todos os estudantes matriculados nesta materia, tanto para responder preguntas sobre as clases presenciais como para abordar temas relacionados co traballo. Neste sentido, os distintos membros do grupo, ou os estudantes individualmente, poderán plantexar as dúbidas correspondentes ás sesións maxistrais, ao desenvolvemento das lecturas e á preparación do traballo tutelado. As titorías realizaranse preferiblemente por Teams, correo ou teléfono. Teams: magdalena.rodriguez@udc.es Correo electrónico: magdalena.rodriguez@udc.es Teléfono: 881 01 2592

Assessment

Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification
Guest lecture / keynote speech	A3 A12 B7	Asistencia e participación obrigatoria que se valorarán tendo en conta a implicación dos estudantes nas sesións presenciais.	10
Supervised projects	A1 A5 A6 A10 A8 A9 B8 B9 B12 C4 C6 C8 C9	Avaliación contínua do traballo realizado ao longo da materia. O desenvolvemento do traballo representará o 60% da nota final. Na devandita valoración teranse en conta os seguintes aspectos: 1) Orixinalidade 2) Aplicación de fundamentos teóricos 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 será na quinta semana do mes de abril. A revisión das cualificacións efectuarase durante a quinta semana de maio.	60
Oral presentation	B2 B6	O grupo 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 30% da nota final da materia onde de forma individualizada valoraráse en cada alumno esa porcentaxe tendo en conta os seguintes aspectos: 1) Calidade da presentación 2) Precisión e claridade da exposición e das respostas. Todos os integrantes do grupo deberán expoñer unha parte do traballo dado que a nota da presentación oral será asignada de forma individualizada a cada estudante.	30

Assessment comments

Nota:
A asistencia e participación é obrigatoria e valorarase tendo en conta a implicación dos estudantes nas sesións presenciais.
A revisión das cualificacións da primeira oportunidade realizaranse durante a quinta semana do mes de maio.
O sistema de avaliación aplicado na primeira oportunidade manterase para a segunda oportunidadade 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 obligación de realizar actividades e de acudir a calquer tipo de proba de avaliación que o alumnado a tempo completo.
"A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso '0' na materia na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación de cara a convocatoria extraordinaria".

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. . - 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
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.