



Guía docente

Datos Identificativos					2022/23
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 dos textos o lecturas como complemento a las sesiones magistrales. El objetivo de éstas es generar discusión, fomentar la participación activa del alumno y resolver las cuestiones que se formulen. El idioma de las dichas lecturas podrá ser el inglés o el castellano. Las lecturas deberán ser desarrolladas y debatidas por todos los estudiantes a lo largo de las sesiones magistrales
Trabajos tutelados	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 a elección de éste. Para eso deberán de crearse entre dos y cinco grupos de trabajo, aunque el número de grupos definitivo dependerá de los estudiantes matriculados en la materia. Durante la impartición de las sesiones magistrales se llevará a cabo la tutorización correspondiente al trabajo desarrollado, así como el seguimiento de la labor llevada a cabo por los diferentes grupos. Los trabajos deberán de exponerse en público en las fechas establecidas.



Presentación oral	Los diferentes miembros del grupo deberán exponer el trabajo tutelado como ya se ha especificado en la metodología anterior. Aspecto que será valorado en la nota final.
Sesión magistral	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. Todos los estudiantes tendrán acceso a este material a través de las plataformas campus virtual y/o Teams. La asistencia a clase para los estudiantes de la modalidad presencial será obligatoria por lo que se computará a efectos de la nota final. 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.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lecturas Trabajos tutelados	<p>Estoy a disposición de los alumnos para tutorías presenciales/online cuando lo consideren oportuno.</p> <p>Durante el curso académico, se prestará atención personalizada y continua a todos los estudiantes matriculados en esta materia, tanto para responder preguntas sobre las clases presenciales como para abordar temas relacionados con el trabajo. En este sentido, los distintos miembros del grupo, o los estudiantes individualmente, podrán plantear las dudas correspondientes a las sesiones magistrales, al desarrollo de las lecturas y a la preparación del trabajo tutelado.</p> <p>Las tutorías se realizarán presencialmente o por Teams. Teams: magdalena.rodriguez@udc.es Correo electrónico: magdalena.rodriguez@udc.es Teléfono: 881 01 2592</p>

Evaluación

Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación
Sesión magistral	A3 A12 B7	Asistencia y participación obligatoria que se valorará teniendo en cuenta la implicación de los estudiantes en las sesiones presenciales.	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 representará el 60% de la nota final.</p> <p>En la dicha valoración se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Originalidad 2) Aplicación de fundamentos teóricos 3) Calidad de la redacción 4) 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 tercera semana del mes de abril.</p> <p>La revisión de las cualificaciones se efectuará durante la cuarta semana de mayo.</p>	60



Presentación oral	B2 B6	<p>El grupo deberá exponer su trabajo, empleando para eso los medios audiovisuales que puedan y estén a su alcance. Es necesario entregar la presentación del trabajo en power point o en cualquier otro formato similar. La presentación supondrá el 30% de la nota final de la materia donde de forma individualizada se valorará en cada alumno ese porcentaje teniendo en cuenta los siguientes aspectos: 1) Calidad de la presentación 2) Precisión y claridad de la exposición y de las respuestas.</p> <p>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 estudiante.</p>	30
-------------------	-------	---	----

Observaciones evaluación

Nota:

La asistencia y participación es obligatoria y se evaluará teniendo en cuenta la implicación de los estudiantes en las sesiones presenciales.

La revisión de las calificaciones de la primera oportunidad se realizará durante la cuarta semana del mes 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 el trabajo correspondiente. La entrega de los trabajos 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.

?La realización

fraudulenta de pruebas o actividades de evaluación (plagio) implicará directamente la nota de '0' en la asignatura de la convocatoria correspondiente, invalidando

así cualquier calificación obtenida en todas las actividades de evaluación de la convocatoria extraordinaria?.

Fuentes de información

<p>Básica</p>	<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 (2022). 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 e Santiago 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
<p>Complementaria</p>	



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