



Guía docente

Guía docente				
Datos Identificativos				2017/18
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)			
Descriptores				
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	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.			

Competencias del título

Código	Competencias del título
A3	CE4 - Que los alumnos aprendan las técnicas de dirección de organizaciones públicas y de empresas del sector turístico
A6	CE8 - Planificar nuevos destinos y productos turísticos
A8	CE11 - Saber definir proyectos de investigación innovadores que repercutan positivamente en el sector
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
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
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



B9	CG4 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
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
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 del título	
Describir la situación actual y las tendencias futuras en el mercado del turismo de reuniones y convenciones.	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.	AP6 AM1 AM3	BM7	CM6 CM9
Aplicar los pasos a seguir para organizar un congreso en sus diferentes aspectos.	AI1 AM1	BM2 BM9	CM3 CM4 CM6
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	2.1. LOS CONVENTION BUREAU 2.2. EMPRESAS OPC: ESTRUCTURA Y FUNCIONES 2.3. AGENCIAS DE EVENTOS 2.4. AGENCIAS DE COMUNICACIÓN 2.5. PROVEEDORES DE SERVICIOS: ANIMACIÓN, CATERING, AGENCIAS DE VIAJES,? 2.6. PALACIOS DE CONGRESOS Y EXPOSICIONES 2.7. RECINTOS FERIALES 2.8. ASOCIACIONES Y OTROS AGENTES IMPLICADOS: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ADMINISTRACIÓN, TRANSPORTES..
TEMA 3: EL CONGRESO, LA CONVENCION Y OTRAS TÉCNICAS DE NEGOCIO Y REUNIÓN ASOCIADAS AL MUNDO DE LA EMPRESA TURÍSTICA	3.1. OBJETIVOS Y FUNCIONES. 3.2. CARACTERÍSTICAS: CONTENIDOS Y PROGRAMA; TEMPORALIDAD; DESTINATARIOS; DIFUSIÓN; INTENSIDAD; REQUISITOS INTERNOS; CORPORATIVIDAD; ACCIONES PARALELAS
TEMA 4: LA ORGANIZACIÓN DE UN CONGRESO	4.1. FASES Y DESARROLLO 4.2. PREPARACIÓN Y ORGANIZACIÓN 4.3. COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN 4.4. EJECUCIÓN Y CONTROL



TEMA 5: LA APLICACIÓN DEL MARKETING DE DESTINOS Y PRODUCTOS AL TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES.	5.1. QUÉ DEBE HACER UN DESTINO PARA TENER ÉXITO EN ESTE TIPO DE TURISMO 5.2. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES 5.3. LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN Y EL POSICIONAMIENTO PARA EL TURISMO DE NEGOCIOS Y REUNIONES
---	---

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Lecturas	B2 C3	4	8	12
Trabajos tutelados	A6 A10 A8 B9 C4 C6 C9	15	20	35
Salida de campo	A3	3	0	3
Presentación oral	B2	1	0	1
Sesión magistral	A12 B7	21	0	21
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 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	Para el caso de modalidad presencial: 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. 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. Los trabajos deberán exponerse en público en las fechas establecidas. Para el caso de modalidad no presencial: 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. Para los alumnos de esta modalidad el trabajo tendrá el mismo contenido que en el caso de la modalidad presencial. 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. Podrán exponer su trabajo utilizando para eso los medios audiovisuales que sean posibles y estén al alcance de todos.
Salida de campo	Salidas externas para conocer in situ el funcionamiento de empresas relacionadas con la organización de eventos.
Presentación oral	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.
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.



Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lecturas Trabajos tutelados	Los diferentes miembros del grupo, o los alumnos de forma individualizada podrán consultar las dudas correspondientes al desarrollo de las lecturas y del trabajo tutelado. Los horarios de clase serán los siguientes: Semana del 31 al 1 de Febrero De 16:00 a 18:15 horas Semana del 5 al 8 de Febrero De 18:15 a 20:30 horas Semana del 12 al 15 de Febrero De 16:00 a 18:15 horas Los Tutorías se realizarán por teléfono, por mail o de forma presencial, en las siguientes semanas: Un día durante la primera semana de clase Un día durante la segunda semana de clase Un día durante la tercera semana de clase Un día durante la tercera semana de marzo Un día durante la cuarta semana de marzo. Lugar Tutorías: Facultad de Economía y Empresa, Despacho: 219A Teléfono: 981.167.000, Ext. 2592 Correo electrónico: magdalena.rodriguez@udc.es

Evaluación

Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Lecturas	B2 C3	En este caso se proponen como máximo dos artículos o lecturas obligatorias, cuyos alumnos de ambas modalidades (presencial y no presencial) deberán leer, comentar, opinar y responder a una serie de cuestiones que se planteen en las mismas. 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. El plazo de entrega de dichas lecturas se hará la segunda semana del mes de marzo.	10



Trabajos tutelados	A6 A10 A8 B9 C4 C6 C9	Evaluación continua del trabajo realizado a lo largo de la materia. El desarrollo del trabajo bien sea en grupo (modalidad presencial) o individualizado (modalidad no presencial) representará el 70% de la nota final. En dicha valoración se tendrán en cuenta los siguientes aspectos: 1) Originalidad 2) Aplicación de fundamentos 3) Calidad de la redacción 4) Utilización de fuentes bibliográficas Para superar la materia, es necesario alcanzar una puntuación mínima del 50% en el trabajo tutelado. La entrega del trabajo tutelado será en la cuarta semana del mes de marzo. La revisión de las calificaciones se efectuará durante la tercera semana de abril.	70
Presentación oral	B2	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. Es necesario entregar la presentación del trabajo en power point o en cualquier otro formato similar. 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: 1) Calidad de la presentación 2) Precisión y claridad de la exposición y de las respuestas. 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 que un alumno de modalidad no presencial no pudiese exponer su trabajo, se valorará la presentación en power point, 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.	20

Observaciones evaluación



Nota: Los alumnos de modalidad no presencial 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 las tercera semana de abril.

El sistema de evaluación aplicado en la primera oportunidad se mantendrá para la segunda oportunidad (julio)

La entrega de trabajos y lecturas en la segunda

oportunidad se realizará la cuarta semana del mes de julio y la revisión de

las calificaciones la quinta semana del mes de julio. De modo que el alumno deberá entregar las lecturas correspondientes y el trabajo.

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	- 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
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