

Turismo de  
congresos y  
eventos (MICE)  
**Grado en Turismo**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Turismo de congresos y eventos (MICE)

**Titulación:** Grado en Turismo

**Carácter:** Optativa

**Idioma:** Español / Inglés

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 4º

**Semestre:** 2º

**Profesores/Equipo Docente:** Cristina Peña

## 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### 1.1. Competencias

#### Competencias generales

- CG 2. Motivación por la calidad de los servicios prestados
- CG 3. Compromiso ético con los clientes y las empresas
- CG 4. Capacidad para la solución de problemas
- CG 7. Desarrollo de trabajo en equipo
- CG 10. Ejercicio de la actividad laboral en equipos interdisciplinarios

#### Competencias específicas

- CE 7. Gestionar los recursos financieros en cuanto al desarrollo y explotación de las empresas turísticas. Conocer las principales fuentes de financiación que permitan tomar decisiones en las inversiones de una actividad turística. Aplicar una adecuada metodología para la planificación y gestión financiera de una empresa del sector.
- CE 8. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. Conocer y aplicar los conceptos y las teorías del marketing turístico, plan comercial y todo lo relacionado con oferta, demanda, producto y precio.
- CE 9. Dirección, organización y gestión de entidades turísticas. Conocer y manejar con soltura los conceptos relativos a la creación, dirección e innovación de la empresa turística así como sus distintos modelos. Ser capaz de planificar y organizar los diferentes departamentos de una empresa aplicando los principios básicos de la dirección estratégica empresarial.
- CE 14. Gestionar el crecimiento turístico bajo los condicionantes del desarrollo sostenible. Conocer los principios básicos de la sostenibilidad. Relacionar estos conocimientos con la actividad turística diseñando estrategias de desarrollo turístico sostenible.
- CE 15. Conocer el procedimiento operativo del ámbito del alojamiento y la restauración. Conocer, comprender y aplicar la terminología básica y los distintos modelos de actividades ligadas a los alojamientos y a la restauración.

### 1.2. Resultados de aprendizaje

El alumno demostrará poseer los conocimientos para planificar, gestionar y evaluar reuniones y eventos, por medio de pruebas objetivas, visitas de inspección, el análisis de casos prácticos y los trabajos en los que se verá implementada todo el bagaje teórico y metodológico aprendido por el estudiante.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2. Descripción de los contenidos

Con esta asignatura se pretende que el estudiante comprenda la importancia que posee para el sector el turismo de congresos e incentivos; identificando cuál es la situación actual en el mundo de este tipo de turismo, su desarrollo y potencialidad.

El estudiante aprenderá y comprenderá las necesidades para la organización de eventos y los requisitos de los diferentes agentes que estén implicados, así como la oferta en general del destino que conlleva a planificar y crear un producto de este tipo.

### 2.3. Contenido detallado

Módulo 1.- Introducción al turismo de reuniones – Análisis del sector

- Características del turismo de reuniones.
- Requisitos de destinos para acoger reuniones.
- Historia y evolución del turismo de reuniones.
- Importancia e impacto del turismo de reuniones en destinos.

Módulo 2.- Análisis de diferentes segmentos de reuniones.

- Reuniones asociativas (congresos).
- Reuniones corporativas (convenciones, incentivos, ferias y otros eventos).
- Estructura del sector

Módulo 3.- Planificación estratégica para el segmento de reuniones.

- Análisis de la situación.
- Posicionamiento estratégico y branding.
- Plan de Marketing.

Módulo 4.- Organización de un evento

- Componentes de un evento.
- Planificación estratégica de un evento.
- Organización de un evento – claves y consejos.

Módulo 5.- Tendencias del turismo de reuniones.

- Estadísticas del sector Mice.
- Tendencias tecnológicas.
- Tendencias económicas, sociales y de hábitos de consumo.
- Sostenibilidad en reuniones y eventos
- Tendencias por sectores de actividad y por tipología de empresas turísticas.

Módulo 6.- Análisis de la industria de turismo de reuniones.

- Principales asociaciones del sector
- Principales ferias y talleres de trabajo.
- Principales operadores
- Principales canales de comunicación.

Módulo 7.- Promoción turística.

- Planificación y presencia online.
- Folletos y materiales promocionales.
- Acciones promocionales.
- Marketing online
- Medición del impacto y del retorno de las acciones de promoción (ROI).

Módulo 8.- Captación y organización de congresos

- Captación de congresos.
- Organización de congresos.

Módulo 9.- Captación y organización de eventos corporativos.

- Captación de reuniones y eventos corporativos.
- Consejos para organizar reuniones y eventos efectivos y participativos
- Tendencias en la organización de eventos corporativos.

Módulo 10. Gestión de eventos.

- Operadores profesionales de eventos
- Desarrollo del proyecto previo al evento
- Gestión del evento en sus fases: antes, durante y después

## 2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): *Origen y evolución del Protocolo*. Los alumnos, de manera individual, tendrán que realizar un breve trabajo sobre el tema en cuestión. Deberán plasmar los conceptos básicos del protocolo. Un máximo de 2 folios. Deberá ser un trabajo esquemático donde se reflejen las ideas y acontecimientos clave.

Actividad Dirigida (AD2): *Fundamentos y elementos de las relaciones públicas en el ámbito turístico*. Dentro de este concepto, los alumnos deberán elegir entre uno de estos temas para realizar una breve exposición con power-point en el aula (mínimo 5 y máximo 10 diapositivas). Los temas a elegir son: La identidad corporativa; El valor de la imagen corporativa; El público y la adecuación de la actividad; Introducción, conceptos básicos y elementos de las relaciones públicas.

Actividad Dirigida (AD3): *Desarrollo de una convención o viaje de incentivo en base a un briefing propuesto*. Los alumnos deberán elegir entre uno de estos temas para realizar una breve exposición con power-point en el aula (deben exponer todos los miembros del grupo con un mínimo de 20 minutos de exposición).

## 2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico- prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

### 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### 3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,5.

#### 3.2. Criterios de evaluación

##### Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	5%
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	40%
Prueba parcial (escrita/presentación trabajo)	15%
Examen final presencial	40%

##### Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final	70 %

#### 3.3. Restricciones

##### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

##### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

##### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

#### 3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante

(Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

#### **4. BIBLIOGRAFÍA**

##### Bibliografía básica

Ocaña Albar, I. (2014). *La gestión de eventos y productos turísticos*. Síntesis. Madrid, España.  
Fuente, C. (2007). *Protocolo para eventos. Técnicas de organización de actos*. Ediciones Protocolo. Madrid, España

##### Bibliografía recomendada

Cuadrado, C. y Rodríguez, R. (2017). *El ABC en la Organización de Eventos*. FC Editorial. Madrid, España

##### Otros recursos

Ameigeiras, C. (2014). *Comercialización y venta de servicios turísticos*. Síntesis. Madrid, España