

Turismo de  
Negocios y  
Eventos (MICE)  
**Grado en Turismo**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

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

**Titulación:** Grado en Turismo

**Carácter:** Optativa

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 4º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Prof. Elena Carretero Diaz

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### 1.1. Conocimientos y Contenidos

K4. Conocer y explicar los conceptos teóricos y prácticos relativos a la creación, gestión y dirección de empresas turísticas en el ámbito nacional e internacional.

K6. Conocer la gestión, operaciones y procesos de empresas turísticas (alojamiento, intermediación, organización de eventos, etc.)

K7. Comprender las funciones de dirección de las organizaciones turísticas y de sus diferentes áreas y departamentos.

#### 1.2. Habilidades y Destrezas

S1. Interpretar datos cualitativos y cuantitativos que sean relevantes para la toma de decisiones en el ámbito turístico.

S3. Manejar técnicas de análisis interno y externo y métodos financieros para la creación, gestión y dirección de empresas turísticas.

S5. Aplicar habilidades de gestión del tiempo, de comunicación, liderazgo y gestión de equipos en turismo.

S6. Utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el ámbito académico y en los distintos ámbitos del turismo.

S7. Integrar los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el proceso de generación de proyectos turísticos.

#### 1.3. Competencias

C1. Recurrir a las técnicas y métodos aprendidos para tomar decisiones en la práctica de la profesión, sea en empresas del sector turismo o instituciones públicas.

C2. Transmitir a todo tipo de audiencias, nacionales e internacionales, de manera clara y precisa conocimientos y soluciones para los problemas que se plantean en el mundo empresarial o en los destinos turísticos.

C3. Participar en proyectos técnicos en el ámbito turístico, asumiendo responsabilidades en la toma de decisiones y en la gestión de equipos.

C4. Producir soluciones creativas para satisfacer las necesidades que planteen los actores del sector turístico, o que emergan a raíz de situaciones imprevistas.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno en especial.

### 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

#### Tema 1.- Introducción al turismo reuniones/MICE

- Aproximación al concepto: turismo MICE
- ¿Qué significa el MICE? ¿Cuáles son las características?
- Impacto del MICE en cifras
- Clasificación y características
- Principales asociaciones, organismos y funciones
- Principales salidas profesionales y representación en el universo MICE
- Presente y Futuro del MICE

#### Tema 2- Tipos de reuniones y perfil demanda

- Congresos
- Convenciones
- Incentivos
- Exposiciones/ferias, etc.

#### Tema 3.- Destinos turísticos MICE

- Identificación stakeholders y servicios MICE
- Producto turístico
- Organización en cada ámbito
- Segmentación del mercado
  - Definición
  - Análisis
  - Tareas de segmentación de mercado

- Diferentes departamentos / organización interna – Hotel , agencia , catering , av
- Agentes públicos
- Agentes privados

Tema 4.- Organización y planificación de reuniones

- Petición -¿qué es un RFP?
- Fases de la organización de un evento 360º
- Procesos de contratación
- Procurement y relaciones con suppliers
- Comunicación y creatividad

Tema 5.- Promoción del turismo de reuniones y captación-

- Internet: página web, redes sociales, emailing
- Ferias, bolsas de contratación
- Viajes de familiarización
- Presentación de candidaturas

Tema 6.- Tendencias

- Eventos híbridos-
- Sostenibilidad:ESG y Legacy ,
- Tecnología en las reuniones y eventos

#### 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): Trabajo individual sobre salida académica a empresa del sector.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Trabajo grupal. Resolución de caso práctico de un reto (caso real) de una empresa del sector MICE.

#### 2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	% de 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 9,0.

### 3.2. Criterios de evaluación

#### Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	50%
Exámenes parciales	10%
Examen final	40%

#### Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos	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.

- Falta ortográfica leve: -0,1 (tildes, puntuación, mayúsculas, etc.)
- Falta ortográfica grave: -0,5 (estructura y contenido, palabras ininteligibles)

### 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

Fenich, G., & Malek K. (2021). Meeting, expositions, events & Conventions. An introduction to the Industry. Kendall Hunt Publishing company.

Rogers, T., & Davidson, R., (2017). Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events. Routledge.

##### Bibliografía complementaria

De la Serna Ramos, M. (2017). Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones. Editorial Síntesis.

Duffy, R., & Smith, M. (2003). The Ethics of Tourism Development (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203634325>

Roca Prats, J. L., (2023). Planificación, organización y control de eventos (2da ed.). Ediciones Paraninfo.

Treace, J. (2011). Nuts and Bolts of Sales Management: How to Build a High Velocity Sales Organization, Emerald Book Company.

##### Recursos digitales:

<https://themeetingsspace.com/>

<https://www.cvent.com>

<https://www.entrepreneur.com/article/253320>

<https://www.esmadrid.com/mcb/>

<https://www.qualtrics.com/experience-management/brand/what-is-market-segmentation/>

<https://www.reedexhibitions.com>

<https://www.tourspain.es/es>

<https://www.unwto.org/es>