

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 / Inglés

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Cristina Peña; Leslie Bravo Chew

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 un proyecto empresarial hotelero por medio de las pruebas objetivas, 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 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

Módulo 1.- Introducción al turismo de reuniones

- Definiciones básicas.
- Situación y contexto actuales.
- Características del turismo de reuniones.
- Historia y evolución del turismo de reuniones.
- Requisitos de destinos para acoger reuniones.
- Importancia e impacto del turismo de reuniones en destinos.

Módulo 2.- Análisis de diferentes segmentos de reuniones.

- Reuniones asociativas (congresos).
- Ferias y exposiciones comerciales.
- Viajes de incentivo.
- Eventos online.

Módulo 3.- Análisis de la industria de turismo de reuniones.

- Principales asociaciones del sector.
- Principales medios online.
- Principales ferias.
- Principales operadores.

Módulo 4.- Organización de un evento

- Operadores profesionales de los eventos.
- Proyecto previo al evento.
- Fases de un evento.
- Recursos necesarios para la organización de un evento.
- Claves para la organización de eventos.

Módulo 5.- Planificación estratégica de los eventos en los planes de marketing.

- Eventos como estrategia de posicionamiento y marketing.
- Branding para el posicionamiento de destinos.
- Planes de marketing para el posicionamiento de destinos.
- Perfil del cliente MICE.
- Eventos dentro de los planes de marketing corporativos.

Módulo 6.- Promoción MICE.

- Planificación y presencia online.
- Elección de ponentes.
- Redes Sociales como herramienta de promoción.
- Campañas de pago.
- Medición del impacto y del retorno de las acciones de promoción (ROI).

Módulo 7.- Tendencias del turismo de reuniones.

- Introducción y aceleración de tendencias debido a la crisis sanitaria.
- Tendencias tecnológicas y digitales.
- Sostenibilidad y responsabilidad social corporativa en reuniones y eventos.
- Tendencias por sectores de actividad y por tipología de empresas turísticas.
- Herramientas y plataformas.

Módulo 8.- Captación y organización de congresos

- Captación de congresos. La importancia de las sedes.
- Organización de congresos.

Módulo 9.- Captación y organización de eventos corporativos.

- Captación de reuniones y eventos corporativos.
- Segmentación de mercado.
- Valores diferenciales.
- Acciones promocionales.
- Casos de éxito.

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): *Estudio e investigación de una de las asociaciones dedicadas al segmento MICE, objetivos, desarrollo, eventos que organizan, entrevistas a sus directivos.*

Actividad Dirigida 2 (AD2): *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). El archivo no debe exceder las 10 diapositivas.*

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	40%
Exámenes parciales	20%
Examen final	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 el examen 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

Arrogante, A. (2018). *Organización de eventos empresariales*. Editorial Paraninfo, Madrid, España

Triviño, Y. (2006). *Gestión de eventos feriales. Diseño y Organización*. Editorial Síntesis. Madrid. España.

Otros recursos

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