

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 lo actores del sector turístico, o que emerjan 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 oficiales y funciones
- Evolucion del Turismo MICE
- Tendencias actuales y futuro del sector
- Principales salidas profesionales y representación en el universo MICE
- Nuevos perfiles profesionales
- ¿Qué buscan hoy las empresas cuando organizan un evento?

Tema 2- Ecosistema MICE : Tipologia de reuniones y perfil de la demanda

- Congresos
- Convenciones
- Incentivos
- Exposiciones/ferias, etc.
- Perfil del cliente corporativo(automoción, tecnología, sector financiero, bienes y consurmo, live style)
- Industria farmeceutica

Tema 3.- Destinos turísticos MICE

- Identificación stakeholders y servicios MICE
- Producto turístico ¿ Qué convierte un destino en competitvo?
- Organizacion en cada ámbito
- Segmentacion del mercado
  - Definición
  - Análisis
  - Tareas de segmentación de mercado
- Diferentes departamentos / organización interna – Hotel , agencia , catering , av
- Agentes públicos
- Agentes privados

Tema 4.- Organización integral de eventos 360º

- 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

- Internet: página web, redes sociales, emailing
- Branding de destinos y eventos (RR.SS , storytelling , personalización de propuestas)
- Ferias, bolsas de contratación
- Viajes de familiarización
- Presentación de candidaturas

Tema 6.- Innovacion y tendencias

- Eventos híbridos
- IA Aplicada a los eventos
- Chat gpt y assistentes virtuales
- Networking inteligente y analítica de datos
- Sostenibilidad:ESG
- Inclusión y accesibilidad
- Ciberseguridad
- Legacy económico y social
- Experiencia del asistente(atendee journey)

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