



MICE, turismo y  
ocio  
**Máster universitario  
en Organización y  
Dirección de Eventos**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** MICE, turismo y ocio

**Titulación:** Máster Universitario en Organización y Dirección de Eventos

**Carácter:** Obligatoria

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial / A distancia

**Créditos:** 4

**Curso:** 1

**Profesores/Equipo Docente:** Dra. D<sup>a</sup> Olga Sánchez González

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- 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.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Desarrollar la capacidad del aprendizaje autónomo con el fin de adaptarse a un entorno cambiante y con múltiples desafíos, propios del campo de la Comunicación Corporativa y las RR.PP.
- Dominar las técnicas y dinámicas aplicadas a la planificación y producción de eventos.
- Trabajar en equipo de forma eficaz en el contexto de la dirección y organización de eventos.
- Aplicar las técnicas de organización y dirección de eventos en el contexto de las empresas e instituciones, atendiendo las necesidades comunicativas de las mismas.
- Aplicar en el sector de los eventos las competencias adquiridas durante el desarrollo del programa formativo.
- Crear, identificar y gestionar los diferentes tipos de eventos según su naturaleza y objetivos comunicacionales.

#### 1.2. Resultados de aprendizaje

Manejar el MICE como estrategia “marca país”. Controlar las tipologías y las técnicas para potenciar el evento de acuerdo a su importancia como motor de crecimiento en el ámbito local.

### 2. CONTENIDOS

#### 2.1 Requisitos previos

Ninguno.

## 2.2 Breve descripción de los contenidos

El MICE como herramienta del Marketing turístico. La misión MICE en la ejecución de estrategias City Marketing y Marca país. Tipologías (Meeting, incentives, Conferencias and Events) y recursos, su importancia como motores de crecimiento en el ámbito local. Técnicas innovadoras para la organización y dirección de este tipo de eventos.

## 2.3 Contenido detallado

### **TEMA 1: INTRODUCCIÓN AL TURISMO MICE**

- 1.1. Conceptos básicos
- 1.2. Definiciones, diferencias y terminología propia del sector
- 1.3. Tipología de eventos y su mercado

### **TEMA 2: TURISMO DE NEGOCIO Y REUNIONES**

- 2.1. Análisis de la situación actual
- 2.2. Tendencias y necesidades en la industria de los eventos
- 2.3. Tipología e importancia del espacio
- 2.4. Tarifas, precios y comisiones
- 2.5. Puntos clave para su planificación

### **TEMA 3: Organización de un Congreso**

- 3.1. Pre-evento. Documentación, procedimiento e interés científico
- 3.2. Planificación y valoración de riesgos
- 3.3. Celebración del Congreso. Inauguración, cronograma y clausura.
- 3.3. Post-evento. Documentación y cierre

### **TEMA 4: Organización de un Incentivo**

- 4.1. Propuestas de destinos
- 4.2. Fases y acciones
- 4.3. Documentación y recomendaciones

### **TEMA 5. Organización y planificación de eventos promocionales**

- 5.1. Principales áreas de contratación
- 5.2. Reglas generales para su planificación

## 2.4 Actividades Dirigidas

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

**Actividad Dirigida 1 (AD1):** Creación de una base de datos conjunta de organizadores de eventos MICE nacional e internacional. Cada alumno realizará distintas búsquedas por tipología de eventos y especialización de eventos dentro del sector y el documento final quedará como material futuro de consulta conjunto.

Esta actividad supondrá el 20% de la nota de actividades dirigidas.

**Actividad Dirigida 2 (AD2):** Organización de un evento MICE. Los alumnos, por equipos, organizarán un evento de naturaleza diferente el cual deberá ser defendido ante sus compañeros. Cada grupo entregará en plazo y forma, un proyecto de evento, según las directrices ofrecidas por la profesora con anterioridad.

Esta actividad supondrá el 20% de la nota de actividades dirigidas.

## 2.5 Actividades formativas

**Modalidad presencial:**

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	30	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	50	0%
AF3	Tutorías	10	50%
AF4	Evaluación	10	100%
		100	

**Modalidad a distancia:**

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
AF1	Clases de teoría y práctica	20	0%
AF2	Trabajo personal del alumno	50	0%
AF3	Tutorías	10	0%
AF4	Evaluación	20	100%
		100	

### 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### 3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) 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

##### **Modalidad presencial**

##### Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Asistencia y participación	10%	10%
Actividades académicas dirigidas	40%	40%
Prueba final presencial	50%	50%

#### Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Actividades académicas dirigidas	40%	40%
Prueba final presencial	60%	60%

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

### **Modalidad a distancia**

#### Convocatoria Ordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Asistencia y participación	10%	10%
Actividades académicas dirigidas	30%	30%
Prueba final presencial	60%	60%

#### Convocatoria Extraordinaria

Sistema de Evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Actividades académicas dirigidas	40%	40%
Prueba final presencial	60%	60%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 6 en la prueba final presencial.

### **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. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

#### 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, proyectos y 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. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, 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

- Cuadrado, C. (2005) Protocolo y Comunicación en la empresa y los negocios. Madrid: Fundación Confemetal.
- Fernández, F. (2004). Ceremonial y Protocolo. Editorial Oyeron. Madrid: Grupo Anaya.
- Fuente, C. (2005). Manual Práctico para la organización de eventos. Madrid: Ediciones Protocolo.
- Nurkanovik, Mª (2005) La organización de congresos y su protocolo. Madrid: Ediciones Protocolo.

##### Bibliografía complementaria

- Barriga, A. (2010). La creatividad en los eventos. Madrid: Ediciones Protocolo.
- Krauel, J (2009). Diseño de eventos: innovación y creatividad. Editorial Links.

#### 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Olga Sánchez González
Departamento	Turismo
Titulación académica	Doctora en Comunicación
Correo electrónico	osanchezg@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>Doctora en Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP UCM. Cum Laude Tesis: <i>Protocolo, Comunicación y Seguridad en Eventos</i>, por la Universidad Complutense de Madrid. (Departamento CAP II. Madrid 2017).</p> <p>Máster universitario en formación para el profesorado de educación secundaria, bachillerato y formación profesional. Máster en Dirección, producción y diseño de eventos.</p> <p>Grado en Turismo.</p> <p>Grado en Protocolo y Organización de Eventos.</p> <p>Coordinadora de ciclo formativo superior de formación profesional y profesora de distintos módulos en la rama de hostelería y turismo en formación DUAL y presencial. Profesora de Protocolo, Organización de Eventos, Marketing, Hostelería y Turismo en distintas universidades.</p> <p>Más de 20 años en el sector de comercialización y marketing en Hostelería y Turismo en empresas públicas y privadas.</p>