

CONGRESOS, REUNIONES, FERIAS Y EXPOSICIONES

Grado en Organización de Eventos, Protocolo
y Relaciones Institucionales
2018-2019

www.protocoloimep.com

1_ DATOS DESCRIPTIVOS DE LA ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	
Congresos, Reuniones, Ferias y Exposiciones	

CRÉDITOS	TIPO	CURSO	SEMESTRE
7,5 ECTS	Básica	Cuarto	Primero

Titulación	Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales
Centro	IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3
Aula teoría	Planta 3, Aula 1
Aula práctica	Planta 3, Aula 1
Idioma	Castellano

PROFESORADO		
Nombre	e-mail	Responsable
Paula González	paula.gonzalez@protocoloimep.com	Congresos, Reuniones, Ferias y Exposiciones

HORARIO		
Clase	Fecha salida académica Fecha " <i>Meet the pros</i> "	Fecha Exámenes
Viernes 16:00h a 20:00h.	1.- 28 SEPT: <i>Meet the pros</i> <i>Personal Shopper</i> El Corte Inglés 2.- 21 DICIEMBRE: Visita a Instituto Ferial de Alicante (IFA) 3.- 11 ENERO: Visita al Auditorio de la Diputación de Alicante (ADDA)	25 enero 2019

2_ CONTEXTUALIZACIÓN

Los eventos, en sentido amplio, constituyen una gran herramienta de comunicación para la empresa actual, pública o privada. Diseñar una estrategia y un calendario específico de actuaciones en el marco de la gestión de proyectos y eventos (Project and Event Manager) es la base del éxito, dotar de un contexto y un marco a cualquier acción que se proponga la empresa.

En la asignatura de Congresos, Reuniones, Ferias y Exposiciones el alumno descubrirá qué es la estrategia MICE y como planificar y ejecutar (atender) este tipo de actuaciones, relacionándolo con el perfil profesional requerido e incidiendo especialmente en dos sectores productivos de enorme importancia: El Comercio Exterior y el Turismo.

2.1 Recomendaciones para la asignatura.

- Leer la guía docente con detenimiento y preguntar cualquier duda.
- Prestar atención a las recomendaciones del profesor sobre las prácticas del curso y del examen final.

3_ COMPETENCIAS

3.1 Competencias generales (transversales) y Competencias específicas.

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de identificación, interpretación, formulación y resolución de problemas básicos de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.

CG11 - Capacidad de trabajo en equipo - Exclusivamente grupo presencial

CG4 - Capacidad para la planificación, organización, dirección y control de los sistemas y procesos, en un marco que garantice el respeto a los valores, derechos y principios básicos del ordenamiento jurídico, la competitividad empresarial, la protección y conservación del medio ambiente, y el desarrollo sostenible del ámbito correspondiente

CG5 - Capacidad de análisis de la dimensión social de la actividad y la responsabilidad social y corporativa. Sensibilidad para afrontar temas sociales.

CG6 - Capacidad para el desarrollo de nuevas líneas, procesos, proyectos y productos.

CG9 - Capacidad de comunicación en lenguajes formales, gráficos y simbólicos y mediante la expresión oral y escrita

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE1 - Capacidad de interpretación de las conductas sociales y de consumo y de las estrategias para la intervención protocolaria.

CE6 - Capacidad para mejorar las habilidades y recursos profesionales dirigidos al desarrollo e innovación de las corporaciones públicas y privadas

CE9 - Capacidad para diseñar y concebir la presentación estética y técnica de la puesta en escena del proyecto

4_ CONTENIDOS.

4.1_ TEORIA
BLOQUE I: Eventos <ul style="list-style-type: none">• Gestión integral de un evento• Estudio de los puntos clave de un presupuesto para un evento.• La escenografía en los eventos.
BLOQUE II: Congresos y reuniones <ul style="list-style-type: none">• Organización de eventos. La figura del organizador de eventos. La realidad del mundo de la organización en España y el papel que juegan los MICE.• Eventos habituales (I): congresos, gestión de viajes incentivos y programa social.• Eventos habituales (II): Inauguraciones, recibimientos, puesta de primera piedra, luto y otros.• Eventos habituales (III): Gestión integral de exposiciones, <i>showroom</i>, <i>transfers</i> campañas comerciales y otros• Herramientas de gestión de procesos
BLOQUE III: Ferias y exposiciones <ul style="list-style-type: none">• Tipología de ferias y composición organizativa de las ferias. De la idea a la realidad. Planificación.• Marketing y comercialización.• Plan de comunicación. Presupuestos. Análisis y evaluación.
4.2_ PRÁCTICA
BLOQUE I: Eventos <ol style="list-style-type: none">1.- Se trabajan todas las fases que incluye la producción de un evento2.- Desarrollo de un evento y análisis de los puntos clave que conforman el presupuesto de un evento3.- Construcción escenográfica de un evento4.- Presentación de un proyecto
BLOQUE II: Congresos y reuniones <ol style="list-style-type: none">1.- Desarrollo de prácticas reales posicionando al alumno desde el punto de vista de organizador de eventos3.- Estudios de casos4.- Herramientas de gestión de procesos5.- Supuestos prácticos
BLOQUE III: Ferias y exposiciones <ol style="list-style-type: none">1.- Estudios de casos2.- Práctica grupal <i>in situ</i> en Instituto Ferial de Alicante (IFA)

5_ METODOLOGÍA

5.1_PRESENCIAL

La metodología será activa mediante proceso interactivo entre el profesor y el alumno, potenciando el análisis y debate de casos prácticos planteados en clase. Además de reflexión sobre los contenidos de campañas y posicionamiento de las empresas en contexto MICE, también trataremos temas de actualidad como las oportunidades de trabajo en este campo.

5.2_A DISTANCIA

La metodología será activa mediante proceso interactivo entre el profesor y el alumno, potenciando el análisis y debate de casos prácticos planteados en clase. Además de reflexión sobre los contenidos de campañas y posicionamiento de las empresas en contexto MICE, también trataremos temas de actualidad como las oportunidades de trabajo en este campo.

5.3_ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

El centro IMEP cuenta con todas aquellas medidas previstas a adoptar en caso de contar con alumnos de capacidades distintas.

6_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Identificar los procesos en el concepto y creación de los congresos.
2. Aplicar las herramientas de gestión de procesos para eventos habituales.
3. Exponer los procesos en el concepto y creación de las ferias.
4. Crear un proyecto para el desarrollo de una feria.
5. Analizar con claridad las fases a la hora de realizar eventos
6. Crear y desarrollar un evento

7_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

7.1_ PRESENCIAL

A) Evaluación continuada:

- Prácticas individuales (20%), grupales (10%) e implicación en la asignatura mediante tutorías (10%).
- Examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (60%).

***Nota importante.**

Tanto las prácticas como el examen deben de estar aprobadas con las siguientes notas

Prácticas: 5 puntos y Examen: 5 puntos

B) Evaluación septiembre:

- Se guardarán las prácticas para septiembre
- Examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (60%).

***Nota importante.**

En caso de no presentar las prácticas, se evaluará el examen sobre 10 puntos.

C) Sin evaluación continua:

- Si el alumno pierde la evaluación continua, el examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (100%).

7.2_ A DISTANCIA

A) Evaluación continuada:

- Prácticas individuales (20%), grupales (10%) e implicación en la asignatura mediante tutorías (10%).
- Examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (60%).

***Nota importante.**

Tanto las prácticas como el examen deben de estar aprobadas con las siguientes notas

Prácticas: 5 puntos y Examen: 5 puntos

B) Evaluación septiembre:

- Se guardarán las prácticas para septiembre
- Examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (60%)

C) Sin evaluación continua:

- Si el alumno pierde la evaluación continua, el examen final consistirá en responder preguntas abiertas de contenido teórico (100%)

8_ PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
ASISTENCIA A CLASES TEÓRICAS	35
ASISTENCIA A CLASES PRÁCTICAS	25
ASISTENCIA A SEMINARIOS, CHARLAS O CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA	10
PREPARACIÓN CLASES TEORICAS	35
PREPARACIÓN TRABAJO PARA CLASES PRÁCTICAS	35
ASISTENCIA A TUTORIAS	13
ESTUDIO DE PREPARACIÓN EXÁMENES	20,5
VISITA A INSTALACIONES O EMPRESAS	10
REALIZACIÓN DE EXAMENES TEÓRICOS Y PRÁCTICOS	4
TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO	187,5

8.1_PRESENCIAL

			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>Presentación de la asignatura y explicación de los tres bloques que la componen</p> <p>Analizar la figura de <i>Personal Shopper</i> como creadora de eventos</p>	<p><i>Meet the pros Personal Shopper</i> El Corte Inglés</p>		

BLOQUE I: EVENTOS			Semana 2, 3, 4 y 5
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>1. Aplicar todas las fases de un evento</p>	<p>Tarea 1: Aplicación de este bloque I a un proyecto grupal</p>	<p>Será evaluación continua</p>	<p>1,33%</p>

BLOQUE II: CONGRESOS Y REUNIONES			Semana 6, 7, 8 y 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>1. Estudiar la gestión integral de los eventos habituales</p> <p>2. Analizar la figura del organizador evento</p>	<p>Tarea 2: Prácticas individuales y grupales de casos reales</p>	<p>Será evaluación continua</p>	<p>1,33%</p>

BLOQUE III: FERIAS Y EXPOSICIONES			Semana 10, 11 y 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1.- Saber los tipos y los elementos que componen una feria 2.- Estudiar <i>in situ</i> un recinto ferial	Tarea 3: Práctica grupal en Instituto Ferial de Alicante (IFA)	Será evaluación continua	1,33%

			Semana 13
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
Saber si el alumno ha entendido los tres bloques de la asignatura Estudiar <i>in situ</i> un recinto para congresos y eventos	Visita al Auditorio de la Diputación de Alicante (ADDA)		

8.2_A DISTANCIA:

			Semana 1
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>Presentación de la asignatura y explicación de los tres bloques que la componen</p> <p>Analizar la figura de <i>Personal Shopper</i> como creadora de eventos</p>	<p><i>Meet the pros Personal Shopper</i> El Corte Inglés</p>		

BLOQUE I: EVENTOS			Semana 2, 3, 4 y 5
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>1. Aplicar todas las fases de un evento</p>	<p>Tarea 1: Aplicación de este bloque I a un proyecto grupal</p>	<p>Será evaluación continua</p>	<p>1,33%</p>

BLOQUE II: CONGRESOS Y REUNIONES			Semana 6, 7, 8 y 9
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
<p>1. Estudiar los principales eventos del mercado de reuniones</p> <p>2. Preparación de las diferentes fundamentales que conforman un congreso</p> <p>3. Aprender los comités que forman parte de un congreso, evento y feria</p>	<p>Tarea 2: Prácticas grupales de casos reales</p>	<p>Será evaluación continua</p>	<p>1,33%</p>

BLOQUE III: FERIAS Y EXPOSICIONES			Semana 10, 11 y 12
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1.- Saber los tipos y los elementos que componen una feria 2.- Estudiar <i>in situ</i> un recinto ferial	Tarea 3: Práctica grupal en Instituto Ferial de Alicante (IFA)	Será evaluación continua	1,33%

			Semana 13
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
Saber si el alumno ha entendido los tres bloques de la asignatura Estudiar <i>in situ</i> un recinto para congresos y eventos	Visita al Auditorio de la Diputación de Alicante (ADDA)		

9.-BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

9.1_GENERAL

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Barriga, L. (2009). La planificación. *Breve Introducción en: <http://www.geocities.com/WallStreet/District/7921/Planification.html>. Bishwapriya Sanya. Planning as anticipation of resistance en: <http://www.seweb.uci.edu/ppd/ufiles/Sanyal%20Resistance.Pdf>*

Campillo, C. & Herrero, L. (2015). Experiencia de marca en los eventos para generar imagen y reputación corporativa. *Opción, 31*.

Campos García de Quevedo, G. (2008). Producción de eventos. La puesta en escena del protocolo. *Ediciones Protocolo. Madrid*.

Campos García de Quevedo, G. (2013). Los eventos en el ámbito de la empresa. Hacia una definición y clasificación. *Revista de Comunicación de la SEECI, (32), 73-105*.

Fisher J. (2001). Como organizar convenciones y congresos. Gedisa.

Galmés, M. (2011). La digitalización de las experiencias de marca en los eventos de entretenimiento. *Revista de comunicación y nuevas tecnologías, 8, 996-1010*.

Herrero, P. (2014). Gestión y organización de congresos. Síntesis. Madrid

Mesalles, L. (2003). Eventos, reuniones y banquetes. Organización, gestión y comercialización de los servicios contratados en un establecimiento de calidad. Laertes. Barcelona.

Navarro, F. (2001), Estrategias de marketing ferial, España, Esic Editorial.

Nurkanovicv, M. (2005) La organización de congresos y su protocolo. Protocolo. Oviedo.

Siskind, B. (2007). Marketing de Eventos. Estrategias clave para ferias comerciales, presentaciones, conferencias y otros eventos. Deusto. Barcelona.

Torrents, R. (2005). Eventos de empresa. El poder de la comunicación en vivo. *Ediciones Deusto. España*.

Triviño, Y. (2010), Gestión de eventos feriales: diseño y organización, España, Síntesis.

9.2_POR TEMAS

BLOQUE I:

Barriga, L. (2009). La planificación. *Breve Introducción en: <http://www.geocities.com/WallStreet/District/7921/Planification.html>. Bishwapriya Sanya. Planning as anticipation of resistance en: <http://www.seweb.uci.edu/ppd/ufiles/Sanyal%20Resistance.Pdf>*

Campillo, C. & Herrero, L. (2015). Experiencia de marca en los eventos para generar imagen y reputación corporativa. *Opción*, 31.

Campos García de Quevedo, G. (2008). Producción de eventos. La puesta en escena del protocolo. Protocolo. Madrid.

Campos García de Quevedo, G. (2013). Los eventos en el ámbito de la empresa. Hacia una definición y clasificación. *Revista de Comunicación de la SEECI*, (32), 73-105.

Galmés, M. (2011). La digitalización de las experiencias de marca en los eventos de entretenimiento. *Revista de comunicación y nuevas tecnologías*, 8, 996-1010.

Mesalles, L (2003). Eventos, reuniones y banquetes. Organización, gestión y comercialización de los servicios contratados en un establecimiento de calidad. Laertes. Barcelona.

Torrents, R. (2005). Eventos de empresa. El poder de la comunicación en vivo. Deusto. España.

BLOQUE II:

Fisher J. (2001). Como organizar convenciones y congresos. Gedisa.

Herrero, P. (2014). Gestión y organización de congresos. Síntesis. Madrid

Siskind, B. (2007). Marketing de Eventos. Estrategias clave para ferias comerciales, presentaciones, conferencias y otros eventos. Deusto. Barcelona.

Mesalles, L (2003). Eventos, reuniones y banquetes. Organización, gestión y comercialización de los servicios contratados en un establecimiento de calidad. Laertes. Barcelona.

Nurkanovicv, M. (2005) La organización de congresos y su protocolo. Protocolo. Oviedo.

BLOQUE III:

Navarro, (2001). Estrategias de marketing ferial. Madrid. Esic.

Triviño, Y. (2010). Gestión de eventos feriales. Diseño y organización. Madrid. Síntesis.