

# CONGRESOS, REUNIONES, FERIAS Y EXPOSICIONES

Grado en Organización de Eventos, Protocolo  
y Relaciones Institucionales  
2019-2020

[www.protocoloimep.com](http://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  |

|                      |  |
|----------------------|--|
| <b>Titulación</b>    | <b>Grado Organización de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales</b> |
| <b>Centro</b>        | <b>IMEP en C/ Arzobispo Loaces, 3</b>  |
| <b>Aula teoría</b>   | <b>Planta 5, Aula 1</b>  |
| <b>Aula práctica</b> | <b>Planta 5, Aula 1</b>  |
| <b>Idioma</b>        | <b>Castellano</b>  |

| PROFESORADO                        |  |  |
|------------------------------------|--|--|
| Nombre                             | e-mail   | Responsable  |
| Paula González<br>Esther Guilabert | paula.gonzalez@protocoloimep.com<br>Esther.guilabert@protocoloimep.com | <b>Congresos,<br/>Reuniones,<br/>Ferias y<br/>Exposiciones</b> |

| HORARIO                               |  |                      |
|---------------------------------------|--|----------------------|
| Clase                                 | Fecha salida académica<br>Fecha " <i>Meet the pros</i> "   | Fecha Exámenes       |
| <b>Miércoles<br/>16:00h a 20:00h.</b> | <b>1.- 16 OCT:</b> <i>Meet the pros Personal Shopper</i> El Corte Inglés<br><b>2.- 23 OCT:</b> Visita Instalación deportiva.<br><b>3.- 6 NOV:</b> Visita a la Institución Ferial Alicantina (IFA).<br><b>4.- 4 DIC:</b> <i>Meet the pros</i> Carolina Benavent, agencia de RR.PP.<br><b>5.- 18 DIC:</b> Visita al centro de congresos Elche. | <b>22 enero 2019</b> |

## 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   |
|---|
| <b>BLOQUE I: Introducción al sector MICE</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• MICE. Datos del sector.</li><li>• Destinos MICE.</li><li>• Comercialización.</li></ul>   |
| <b>BLOQUE II: Congresos y reuniones</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Organización de eventos. La figura del organizador de eventos.</li><li>• Diferencia entre congresos y reuniones.</li><li>• Tipos de congresos.</li><li>• Viajes de incentivo.</li><li>• Producción.</li><li>• Confeccionar un presupuesto.</li><li>• ROI.</li></ul> |
| <b>BLOQUE III: Ferias y exposiciones</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tipología de ferias y composición organizativa de las ferias. De la idea a la realidad. Planificación.</li><li>• Marketing y comercialización.</li><li>• Plan de comunicación. Presupuestos. Análisis y evaluación.</li></ul>                                      |
| 4.2_ PRÁCTICA   |
| <b>BLOQUE I: Introducción al sector MICE.</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1.- Fuentes de información sobre el sector MICE.</li><li>2.- Asociaciones.</li></ol>  |
| <b>BLOQUE II: Congresos y reuniones</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1.- Desarrollo de prácticas reales posicionando al alumno desde el punto de vista de organizador de eventos</li><li>3.- Estudios de casos</li><li>4.- Visita a espacios destinados a este tipo de eventos.</li><li>5.- Supuestos prácticos</li></ol>                  |
| <b>BLOQUE III: Ferias y exposiciones</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1.- Estudios de casos</li><li>2.- Práctica grupal <i>in situ</i> en Instituto Ferial de Alicante (IFA)</li></ol>   |

## 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\_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 6.1 PRESENCIAL

#### **A) Evaluación continuada:**

- Prácticas (40%).
- Implicación/participación en la asignatura (10%).
- El examen final consistirá en desarrollar un caso práctico (50%).

**\*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%).

### 6.2\_A DISTANCIA

#### **A) Evaluación continuada:**

- Prácticas (40%).
- Implicación/participación en la asignatura (10%).
- El examen final consistirá en desarrollar un caso práctico (50%).

**\*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%)

## 7.-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.

