

CONGRESOS, REUNIONES, FERIAS Y EXPOSICIONES

Grado en Organización de Eventos, Protocolo
y Relaciones Institucionales
2020-2021

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 5, Aula 1
Aula práctica	Planta 5, Aula 1
Idioma	Castellano

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

HORARIO		
Clase	Fecha salida académica Fecha "Meet the pros"	Fecha Exámenes
Martes 16:00h a 20:00h.	SEPT: Encuentro de profesionales de distintos sectores (pendientes de fechas) 3 NOV: Visita a la Institución Ferial Alicantina (IFA). 15 DIC: Meet the pros Carolina Benavent, agencia de RR.PP. 19 ENERO: Visita al centro de congresos Elche.	<u>Presencial:</u> 2 febrero 2021 de 16- 18h <u>A distancia:</u> 5 febrero 2021 De 16-18h <u>Conv. Extraordinaria:</u> 2 de septiembre 2021 16-18h

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.
- Se recomienda traer el portátil a clase para poder realizar las prácticas in situ.

2.2 Mecanismos de Coordinación Docente.

En la actualidad dentro de IMEP, se ha creado la figura del Coordinador del Grado, que recae en la figura del Director de Grado.

Será él quien se encargue de establecer las reuniones necesarias para:

- Coordinar las actividades docentes dentro de una misma área de especialización.
- Compartir recursos y materiales docentes.
- Poner en común criterios que aplican los docentes para evaluar la adquisición.
- Revisar contenidos y métodos para evitar las duplicidades entre asignaturas.
- Intercambiar experiencias docentes.

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
TEMA I: Introducción al sector MICE <ul style="list-style-type: none">• Organización de eventos. La figura del organizador de eventos.• MICE. Datos del sector.• Destinos MICE.• Comercialización.
TEMA II: 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.
TEMA III: Congresos y reuniones <ul style="list-style-type: none">• Diferencia entre congresos y reuniones.• Tipos de congresos.• Viajes de incentivo.• Producción.• Confeccionar un presupuesto.• ROI.
4.2_ PRÁCTICA
TEMA I: Introducción al sector MICE. <ol style="list-style-type: none">1.- Desarrollo de prácticas reales posicionando al alumno desde el punto de vista de organizador de eventos (presencial y online)2.- Fuentes de información sobre el sector MICE.2.- Asociaciones.
TEMA II: 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)
TEMA III: Congresos y reuniones <ol style="list-style-type: none">1.- Desarrollo de prácticas reales en Congresos3.- Estudios de casos4.- Visita a espacios destinados a este tipo de eventos.5.- Supuestos prácticos.

5_ METODOLOGÍA

5.1 PRESENCIAL

CLASES TEÓRICAS.

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.

En forma de clases magistrales apoyadas en el análisis de textos, productos audiovisuales y en la exposición por la profesora de sus propias experiencias, circunstancias que permitirá al alumno conocer desde dentro la mecánica organizativa, así como los problemas, dificultades y técnicas aplicables a cada caso y momento.

CLASES PRÁCTICAS.

Los alumnos aplican, a través de casos reales o simulados, los conocimientos conceptuales y procedimentales explicados por la profesora mediante la puesta en común y la discusión a partir de las actividades de trabajo en grupo y de trabajo autónomo.

5.2 A DISTANCIA

CLASES TEÓRICAS.

El profesor facilitará cada semana el tema correspondiente, de esta manera el alumno podrá realizar una lectura general del contenido para después iniciar el proceso de comprensión y memorización de los contenidos. A parte el alumno tendrá píldoras formativas que ayuden a la asimilación de los contenidos de la asignatura y tutorías y prácticas mediante sistema de Blackboard. Esta técnica de estudio se puede reforzar con el diseño de resúmenes personales.

Las clases de Blackboard de una hora aproximadamente de duración se realizarán los siguientes días:

Blackboards 2020:

Martes 22 septiembre de 2020 (15h a 16h).

Martes 6 octubre de 2020 (15h a 16h).

Miércoles 21 de noviembre de 2020 (16 a 17 horas).

Miércoles 4 de noviembre de 2020 (16 a 17 horas).

Miércoles 18 de noviembre de 2020 (16 a 17 horas).

Miércoles 9 de diciembre de 2020 (16 a 17 horas).

Miércoles 13 de enero de 2021 (16 a 17 horas).

5.3_ ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Los principios en atención a la diversidad a tener en cuenta en el aula son, en líneas generales:

- Favorecer la autonomía y el desarrollo personal dentro del marco de las propias posibilidades.
- Cooperación y ayuda entre los alumnos y el profesor con la finalidad de estimular situaciones propicias para la puesta en común de dudas, soluciones o resultados.
- Propiciar la puesta en común de experiencias y vivencias.

Propiciar la interacción comunicativa entre los alumnos a través del trabajo en parejas o grupos reducidos.

6_ RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los alumnos de la asignatura “Congresos, reuniones y ferias” conseguirán los siguientes resultados de aprendizaje:

1. **Conocer el sector MICE y su impacto sobre las ciudades.**
2. **Conocer las diferencias entre los distintos tipos de eventos corporativos.**
3. **Conocer el sector ferial desde el punto de vista de la organización y la participación como empresa expositora.**
4. **Conocer cómo organizar y ejecutar congresos y convenciones.**
5. **Gestión de proveedores, presupuestos y presentación de resultados.**

7_ SISTEMA DE EVALUACIÓN

7.1_ PRESENCIAL

La evaluación de los alumnos será continua y consistirá, por un lado, en la valoración del alumno a lo largo del curso, tanto en lo referente a asistencia, actitud y participación en las clases, como a los trabajos que se establezcan. Todo ello supondrá el 30% de la evaluación final. El resto de la evaluación consistirá en un examen dividido en dos partes: una teórica y otra práctica.

7.2_ A DISTANCIA

En función de las competencias definidas a desarrollar en el alumno, la evaluación del mismo es continua y se articula mediante la participación activa en el aula virtual, la realización de ejercicios, pruebas parciales, y un examen final. La ponderación en la nota final seguirá los siguientes criterios:

20% Participación en el aula virtual.

30% Prácticas.

50% Examen final.

8_ PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

TIPOS DE ACTIVIDADES	HORAS
ASISTENCIA A CLASES TEORICAS	35
ASISTENCIA A CLASES PRÁCTICAS	25
ASISTENCIA A SEMINARIOS, CHARLAS O CONFERENCIAS RELACIONADAS CON LA ASIGNATURA	10
PREPARACIÓN CLASES TEÓRICAS	35
PREPARACIÓN TRABAJOS PARA CLASES PRACTICAS	35
ASISTENCIA A TUTORIAS	13
ESTUDIO DE PREPARACIÓN EXAMENES	20.5
VISITA A INSTALACIONES O EMPRESAS	10
REALIZACIÓN DE EXAMENES TEÓRICOS Y PRÁCTICOS	4
TOTAL VOLUMEN TRABAJO ALUMNO	187.5

8.1_ PRESENCIAL

Tema 1: Introducción al sector MICE			Semana 1-7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2	Presentación asignatura e introducción y desarrollo de la organización de eventos y el sector MICE.	Será evaluación continua	40%
Tema 2: Ferias y exposiciones			Semana 8-11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2-3	Organización y ejecución de eventos feriales.	Será evaluación continua	30%
Tema 3: Congresos y reuniones			Semana 12-15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
4-5	Organización de congresos y reuniones. Gestión de proveedores. Elaboración presupuestos.	Será evaluación continua	30%

8.2_ A DISTANCIA

Tema 1: Introducción al sector MICE			Semana 1-7
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
1-2	Presentación asignatura e introducción y desarrollo de la organización de eventos y el sector MICE.	Será evaluación continua	40%
Tema 2: Ferias y exposiciones			Semana 8-11
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
2-3	Organización y ejecución de eventos feriales.	Será evaluación continua	30%
Tema 3: Congresos y reuniones			Semana 12-15
Resultado de Aprendizaje	Actividad Práctica/ Metodología	Sistema de Evaluación	Porcentaje
4-5	Organización de congresos y reuniones. Gestión de proveedores. Elaboración presupuestos.	Será evaluación continua	30%

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

TEMA 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.

TEMA II:

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

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

TEMA III:

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.

9.3_ACTIVIDADES FORMATIVAS

IMEP cuenta con un programa de actividades formativas extracurriculares a disposición del alumno. Toda la información se puede consultar tanto en el campus virtual, como en la página web del título.

10. TUTORIAS

Esta asignatura no tiene un horario determinado de tutorías semanal, salvo las Blackboard dirigidas a los alumnos y alumnas que cursan la asignatura en su modalidad *online*. El alumno o alumna que esté interesado/a solicitará al docente a través de correo electrónico, una tutoría personal con el docente ante cualquier duda o aclaración académica que sea necesaria. Tras la recepción del correo, el docente establecerá el horario, fechas y lugar idóneos para su realización.

ADENDA A LA GUÍA DOCENTE PARA EL CURSO 2020/21 EN EL CASO DE VOLVER A CLASES NO PRESENCIALES

Esta adenda cumple con dos objetivos:

1. Recoge la información adicional necesaria para complementar a la guía docente de la asignatura.
2. Proporciona las indicaciones que serían de aplicación en caso de que los rebrotes por Covid-19 obliguen de nuevo al confinamiento de la población y a la adaptación inmediata de la docencia universitaria durante el curso 2020/21, al formato no presencial.

1. Información complementaria a la guía docente

La guía docente a la que complementa esta adenda está definida sobre la base de la **realización presencial** de todos o la mayoría posible **de los créditos prácticos**, y un sistema de **evaluación presencial**.

En lo que respecta a la impartición de **los créditos teóricos**, por razones de aforo de las aulas y cumplimiento de las distancias de seguridad exigidas por las autoridades sanitarias, queda establecida inicialmente **en modalidad:**

PRESENCIAL/DUAL para aquellos alumnos que hayan escogido esta modalidad

DISTANCIA para aquellos alumnos que hayan escogido esta modalidad.

2. Información aplicable en caso de no presencialidad excepcional por Covid-19

En el caso de que se reproduzca la situación de aislamiento social excepcional por el COVID-19, y sea necesario continuar la actividad docente de esta asignatura (en todas sus facetas, teórica, práctica y de evaluación), en formato no presencial durante el tiempo que corresponda del curso 2020/2021 serán de aplicación los siguientes cambios en la guía docente de la asignatura que se concretan como adenda a la misma.

METODOLOGÍA PARA DOCENCIA NO PRESENCIAL

Durante el periodo de suspensión de actividad docente presencial, IMEP ha establecido la impartición de las clases a través de dos herramientas virtuales: campus virtual, el cual el alumnado y profesorado del centro conocen, ya que es el elemento básico de entrega de trabajos, estudio de temarios y creación de debates en el foro, y Blackboard Collaborate, una herramienta tecnológica ya usada para la metodología de clase establecida para los alumnos en modalidad a distancia, que se ha adaptado para la modalidad presencial durante el periodo de estado de alarma. Esta herramienta permite realizar la docencia online en streaming y simultáneamente la grabación de cada una de las sesiones.

Las clases se seguirán impartiendo en el mismo horario establecido a principio de curso y aprobado por Comisión Académica. Las tutorías se realizan a petición del estudiantado, a través de la herramienta BlackBoard, en horario acordado por profesor-estudiante. Otras se realizan a través del correo electrónico, respondiendo las dudas planteadas o a través del foro y son dudas de grupo.

Una vez iniciada la docencia del semestre la modalidad seleccionada deberá mantenerse durante la totalidad del mismo, independientemente de que se declare el fin de la pandemia. Solamente, en el hipotético caso de que se declarase el fin de la pandemia y la vuelta a la normalidad pre-Covid19 antes de que se inicie el semestre, la asignatura volvería a impartirse conforme a la modalidad recogida en la memoria de verificación del título:

presencial u online, dejando de tener efecto lo recogido en esta adenda.

Para la modalidad a distancia, la metodología seguiría siendo la misma.

EL SISTEMA DE EVALUACIÓN MODALIDAD PRESENCIAL Y A DISTANCIA ANTE LA SITUACIÓN EXCEPCIONAL SERÁ LA SIGUIENTE:

A/ Primera convocatoria

La evaluación de los alumnos será continua y consistirá, por un lado, en la valoración del alumno a lo largo del curso, tanto en lo referente a actitud y participación en las clases, como a los trabajos que se establezcan. Todo ello supondrá el 30% de la evaluación final. El resto de la evaluación consistirá en un examen dividido en dos partes: una teórica y otra práctica.

B/ Convocatoria extraordinaria

Se guardarán las notas de primera convocatoria que haya presentado y aprobado. Las prácticas que haya suspendido se evaluarán sobre 5 puntos en convocatoria extraordinaria.

