

**Organització de Congressos i Fires**

Codi: 43078  
Crèdits: 9

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313799 Direcció i Organització de Turisme d'Esdeveniments	OB	0	2

**Professor/a de contacte**

Nom: Maria José Aguar Martínez

Correu electrònic: MariaJose.Aguar@uab.cat

**Utilització d'idiomes a l'assignatura**

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

**Altres indicacions sobre les llengües**

Se valorará la introducción de alguna sesión en inglés de interés para el Máster

**Prerequisits**

No hi ha prerequisits

**Objectius**

1. Conèixer les infraestructures per a la realització d'esdeveniments. En especial, palaus de congressos, espais singulars, hotels i recintes firals
2. Analitzar les diferents fases de disseny, comercialització, producció i avaluació d'un esdeveniment firal des de la perspectiva de l'organitzador, de l'expositor i del visitant
3. Conèixer l'estructura i organització de congressos mèdics
4. Conèixer la gestió que fan els Organitzadors Professionals de Congressos (OPC)
5. Aprofundir en els conceptes i eines bàsiques de màrqueting aplicades a l'organització d'esdeveniments

**Competències**

- Adaptar-se a noves situacions, adquirint iniciativa per desenvolupar estratègies innovadores i competitives.
- Dissenyar i planificar accions de comunicació i de màrqueting per a esdeveniments, entenent la visió de l'empresa que contracta l'organització d'un esdeveniment.
- Identificar els actors i conceptes fonamentals del turisme d'esdeveniments per analitzar les dades sectorials d'actualitat i poder detectar noves tendències.
- Planificar i gestionar els diferents tipus d'activitats necessàries per a l'organització d'un esdeveniment (disseny, comercialització, producció i avaluació).
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
- Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
- Treballar en equip i adquirir capacitat de lideratge.

## Resultats d'aprenentatge

1. Adaptar-se a noves situacions, adquirint iniciativa per desenvolupar estratègies innovadores i competitives.
2. Analitzar la indústria farmacèutica, així com els actors dun congrés.
3. Analitzar les especificitats del col·lectiu de metges i les seves societats científiques.
4. Analitzar l'impacte de les noves tecnologies en la gestió i l'organització de congressos.
5. Dissenyar i planificar accions de comunicació i de màrqueting per a esdeveniments, entenent la visió de l'empresa que contracta l'organització dun esdeveniment.
6. Elaborar un memoràndum del congrés.
7. Elaborar un programa científic.
8. Establir les pautes de relació amb els mitjans de comunicació en el marc dels congressos mèdics.
9. Establir les pautes de relació amb els proveïdors.
10. Fidelitzar un visitant o expositor d'una fira analitzant-ne el nivell de satisfacció.
11. Identificar els requisits de la formació continuada en el marc dels congressos mèdics.
12. Posar en pràctica les missions de l'organitzador dun congrés.
13. Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
14. Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions, així com els coneixements i les raons últimes que les fonamenten, a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
15. Saber aplicar els sistemes de mesura a la gestió d'una fira: indicadors comercials.
16. Treballar en equip i adquirir capacitat de lideratge.

## Continguts

1. Organismes que regulen el sector de congressos i Fires. MCB
2. Seus i instal·lacions. Característiques. Operacions logístiques
3. Candidatures y concursos. (Bid)
4. Qualitat en els congressos i fires. Planificació de tasques, gestió de proveïdors i pressupost
5. Característiques del sector congressual. Congressos mèdics i científics. Gestió de la Secretaria Tècnica
6. Promoció per captar participants. Recerca de patrocinadors
7. Innovació en els congressos
8. Presentació i dades del sector firal. Tècniques de gestió de les fires
9. Disseny, llançament i organització d'una Fira
10. Promoció per captar expositors. Promoció per captar visitants
11. Visita a una Fira

## Metodologia

La metodologia docent combina les classes magistrals dels docents amb la discussió i resolució de casos pràctics amb els estudiants. També és plantegen temes de discussió sobre temes exposats prèviament llegits o explicats. La pràctica avaluadora de Mòdul s'orienta a fixar els coneixements desenvolupats durant el Mòdul.

1. Presencials:

- Classes magistrals dels docents
- Resolució/discussió d'exercicis i casos amb els estudiants, en grup o individualment
- Debats entre els estudiants sobre temes exposats prèviament llegits o explicats
- Tutories

2. No presencials tutoritzades:

- Exercicis de cas per treballar fora de l'aula
- Preparació de pràctica d'avaluació de Mòdul

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	36	1,44	2, 3, 4, 5, 9, 10, 11, 12, 15
Tipus: Supervisades			
Resolució casos	35,5	1,42	1, 13, 14, 16
Treballs aula	15	0,6	13, 14, 16
Tutories	15,5	0,62	1, 13, 14, 16
Tipus: Autònomes			
Elaboració de treballs	90	3,6	4, 6, 7, 8, 10, 13, 14, 15

## Avaluació

Per aprovar el Mòdul l'assistència a les sessions lectives és obligatòria amb un mínim requerit del 80%

Avaluació continua (assistència, observacions puntuades): 25%

Realització de treballs ( individuals o en grup): 25%

Proves escrites/ prova avaluadora del Mòdul: 50%

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Debats-Forums	40%	6	0,24	13, 14, 16
Presentacions orals	10%	7	0,28	1, 13, 14, 16
Prova escrita avaluadora Mòdul	50%	20	0,8	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 15

## Bibliografia

Dowson, Ruth (2015): Event Planning and Management: A Practical Handbook for PR and Events Professionals (PR in Practice) Paperback - September 28, 2015

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

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

Ledergor, Udi (2015): The 50 Secrets of Trade Show Success: Everything you need to know to succeed at your next trade show, from maximizing lead generation, through choosing the best giveaways to measuring accurate ROI. Kindle Edition

Mesalles, L (2003). Eventos, reuniones y banquetes. Organización, gestión y

comercialización de los servicios contratados en un establecimiento de calidad. Laertes.

Barcelona.

Miller, Steve (2000): How to Get the Most Out of Trade Shows Paperback - July 1, 2000

Navarro García, Fernando (2001): Estrategias de Marketing Ferial. Ed. ESIC

Rogers, Tony (2003): Conferences and Conventions (Events Management) 2nd Edition

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

Tarr, Mitch (2013): The World's Greatest Trade Show Marketing Guide Paperback- December 31, 2013

Triviño, Yolanda (2006): Gestión de eventos feriales: diseño y organización. Ed. Síntesis, 2006

UFI (2015-2016): The Global Association for the Exhibition Industry. [www.ufi.org](http://www.ufi.org). Surveys and Studies News and Media 2015/16