

Turismo de Eventos. Técnicas de Gestión y Planificación de Eventos

Código: 43077

Créditos ECTS: 9

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313799 Dirección y Organización de Turismo de Eventos	OB	0	1

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: María José Aguar Martínez

Correo electrónico: MariaJose.Aguar@uab.cat

Otras observaciones sobre los idiomas

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

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Prerequisitos

No hay prerequisitos

Objetivos y contextualización

1. Introducir a los estudiantes en la conceptualización del Turismo de negocios y de Eventos
2. Conocer las entidades públicas y privadas que lo impulsan
3. Aprender a definir las fases de un proyecto para la consecución de un evento: principales coordenadas y ámbitos de desarrollo
4. Aprender la utilización de las tecnologías aplicadas a la calendarización y distribución de tareas de un evento: MS Project
5. Incorporar las herramientas para el desarrollo de un Trabajo de Investigación con metodología y rigor universitario
6. Analizar y formular estrategias de sostenibilidad aplicadas a los eventos

Competencias

- Adaptarse a nuevas situaciones, adquiriendo iniciativa para desarrollar estrategias innovadoras y competitivas.
- Analizar, razonar críticamente, sintetizar, organizar y planificar los entornos y las actuaciones de gestión.
- Identificar los actores y conceptos fundamentales del turismo de eventos para analizar los datos sectoriales de actualidad y poder detectar nuevas tendencias.
- Planificar y gestionar los diferentes tipos de actividades necesarias para la organización de un evento (diseño, comercialización, producción y evaluación).

- 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 posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- 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.

Resultados de aprendizaje

1. Adaptarse a nuevas situaciones, adquiriendo iniciativa para desarrollar estrategias innovadoras y competitivas.
2. Analizar experiencias de diferentes tipos de eventos, en los que se han aplicado estas técnicas de gestión de eventos.
3. Analizar, razonar críticamente, sintetizar, organizar y planificar los entornos y las actuaciones de gestión.
4. Aplicar los diferentes instrumentos existentes para la gestión de un evento.
5. Desarrollar capacidades para entender los procesos de creación así como incentivar la creatividad.
6. Identificar las tendencias históricas y actuales dentro el Turismo de Eventos analizando todos los datos estadísticos y bibliográficos disponibles.
7. Obtener una visión global sobre los actores principales del Turismo de Eventos.
8. 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.
9. 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.
10. 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.
11. 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.
12. Saber utilizar las herramientas de gestión de proveedores, definición de protocolos de actuación y tipos de contratación.

Contenido

1. Sesión de bienvenida e informativa del Máster
2. Sesión inaugural. De qué hablamos cuando hablamos de eventos
3. Turismo. Turismo de negocios y eventos. Conceptualización
4. Turismo de negocios y las ciudades (caso Barcelona)
5. Emprendimiento y acciones emprendedoras en el sector de los eventos I / II
6. Funciones y actividades del Catalunya Convention Bureau
7. Funciones y actividades del Barcelona Convention Bureau
8. Técnicas de Investigación I / II / III
9. Técnicas de coordinación de eventos
10. Técnicas de Gestión de Proyectos (MS Project) - I / II/III
11. Eventos sostenibles

12. Componentes en la organización de eventos

13. Técnicas de coordinación de eventos

14. Visita a la Feria IBTM

Metodología

La metodología docente combina las clases magistrales de los docentes con la discusión y resolución de casos prácticos con los estudiantes. También es plantean temas de discusión sobre temas expuestos previamente leídos o explicados. La práctica evaluadora de Módulo orienta a fijar los conocimientos desarrollados durante el Módulo.

1. Presenciales:

- Clases magistrales de los docentes
- Resolución / discusión de ejercicios y casos con los estudiantes, en grupo o individualmente
- Debates entre los estudiantes sobre temas expuestos previamente leídos o explicados
- Tutorías

2. No presenciales tutorizadas:

- Ejercicios de caso para trabajar fuera del aula
- Preparación de práctica de evaluación de Módulo

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	36	1,44	1, 3, 4, 6, 11, 8
Tipo: Supervisadas			
Resolución de casos	35,5	1,42	3, 5, 10, 11, 8
Trabajos en el aula	15	0,6	1, 2, 11, 12
Tutorías	15,5	0,62	1, 9
Tipo: Autónomas			
Elaboración de trabajos	90	3,6	2, 3, 6, 10, 11, 8

Evaluación

Para aprobar el Módulo la asistencia a las sesiones lectivas es obligatoria con un mínimo requerido del 80%

Evaluación continua (asistencia, observaciones puntuadas): 25%

Realización de trabajos (individuales o en grupo): 25%

Pruebas escritas / prueba evaluadora del Módulo:50%

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Debates-Fórum	40%	6	0,24	1, 2, 3, 5, 10, 11, 9, 8
Presentaciones orales	10%	7	0,28	1, 3, 4, 7, 10, 11, 12
Prueba escrita evaluadora de Módulo	50%	20	0,8	1, 2, 3, 6, 10, 11, 9, 8

Bibliografía

Ocaña Albar, Inmaculada (2020) La gestión de eventos y productos turísticos (2.^a edición revisada y actualizada). Síntesis. Madrid

Roca Prats, José Luis (2012): Comercialización de eventos. Síntesis. Madrid

Sánchez González, Dolores del Mar (2016): Técnicas de organización de eventos. Síntesis. Madrid

Vázquez Esteban, Marco (2018): Organización de eventos empresariales. Síntesis. Madrid

Ajuntament de Barcelona (2010). *Guía de congresos más sostenibles*. Barcelona

Ayuntamiento de Vitoria Gasteiz (2010). *Guía de eventos sostenibles. Directrices para la organización de eventos sostenibles en Vitoria-Gasteiz*. Vitoria-Gasteiz.

BCF Consultors (2006), Estudio del Turismo de Negocios en España. Turespaña.

BCF Consultors (2009), Informe de medición del Turismo de Reuniones en España 2008. Turespaña.

BCF Consultors (2010), Auditoría del Mercado Ferial 2009. AFE - Asociación de Ferias Españolas.

BCF Consultors (2011), Actividad del mercado de Reuniones en España 2010. Spain Convention Bureau.

BCF Consultors (2012), Estudio del mercado congresual en Barcelona. Barcelona Convention Bureau.

BCF Consultors (2013). Estudio del mercado congresual en Barcelona. Barcelona Convention Bureau.

Clark, Greg (2008), Local Development. Benefits from Staging Major Events. OECD

Eurostat (2000), Methodological manual for statistics on congresses and conferences. Eurostat Press.

Flamarich, M. (2012)"La financiación de los congresos" Conexo - 162. Madrid. 2012. Página 2.

Flamarich, M. (2010), "Turismo de Negocios en España. Balance y perspectivas". Índice UAB de Actividad Turística 2010, 59-82. Universitat Autònoma de Barcelona, Escola de Turisme i Direcció Hotelera.

Flamarich, M. (2011), Turismo de Negocios (eventos) en España. Análisis y perspectivas". Papers de Turisme, 59-76. Generalitat Valenciana, Conselleria de Turisme, Cultura i Esport.

OMT. (2014) Informe global sobre la industria de reuniones. 2014

PNUMA (2009). *Guía para reuniones verdes 2009*. París.

PNUMA - OMT (2006). *Por un turismo más sostenible*. Madrid.

Ramírez Avila, Esthela A. (2005). Turismo de Negocios. Editorial Trillas.

Spain Convention Bureau (2014). Actividad del Mercado de Reuniones en España, 2013.

Spain Convention Bureau (2017) Medición del Turismo de Reuniones relativo al año 2016 en las ciudades asociadas al Spain Convention Bureau, 2017

Torrents Fernández, Raimond (2008), Eventos de empresa. Deusto. VV.AA. 2008

Turismo de Negocios y reunions. Convenciones, congresos e incentivos. (2008). Turismo Universidad y Empresa. Ed. Tirant lo Blanc

Software

-