Universitat Autònoma de Barcelona

2023/2024

Organización de Congresos y Ferias

Código: 43078
Créditos ECTS: 9

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313799 Dirección y Organización de Turismo de Eventos	OB	0	2

Contacto

Nombre: Maria Jose Aguar Martinez

Correo electrónico: mariajose.aguar@uab.cat

Idiomas de los grupos

Para consultar el idioma/es de la asignatura será necesario ir al apartado "Metodología" de la guía docente.

Equipo docente externo a la UAB

Sandra Marcos Verduque

Prerrequisitos

No hay prerequisitos

Objetivos y contextualización

1. Conocer las infraestructuras para la realización de eventos. En especial, palacios de congresos, espacios singulares, hoteles y recintos feriales

2. Analizar las diferentes fases de diseño, comercialización, producción y evaluación de un evento ferial desde la perspectiva del organizador, del expositor y del visitante

3. Conocer la estructura y organización de congresos médicos

4. Conocer la gestión que hacen los Organizadores Profesionales de Congresos (OPC)

5. Profundizar en los conceptos y herramientas básicas de marketing aplicadas a la organización de eventos

Competencias

- Adaptarse a nuevas situaciones, adquiriendo iniciativa para desarrollar estrategias innovadoras y competitivas.

- Diseñar y planificar acciones de comunicación y de marketing para eventos, entendiendo la visión de la empresa que contrata la organización de un evento.
- 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).
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- 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.
- Trabajar en equipo y adquirir capacidad de liderazgo.

Resultados de aprendizaje

1. Adaptarse a nuevas situaciones, adquiriendo iniciativa para desarrollar estrategias innovadoras y competitivas.
2. Analizar el impacto de las nuevas tecnologías en la gestión y organización de congresos.
3. Analizar la Industria Farmacéutica así como los actores de un congreso.
4. Analizar las especificidades del colectivo de médicos y sus sociedades científicas.
5. Diseñar y planificar acciones de comunicación y de marketing para eventos, entendiendo la visión de la empresa que contrata la organización de un evento.
6. Elaborar un Memorando del Congreso.
7. Elaborar un Programa científico.
8. Establecer las pautas de relación con los medios de comunicación en el marco de los congresos médicos.
9. Establecer las pautas de relación con los proveedores.
10. Fidelizar un visitante o expositor de una feria analizando su nivel de satisfacción.
11. Identificar los requisitos de la formación continuada en el marco de los congresos médicos.
12. Poner en práctica las misiones del organizador de un congreso.
13. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
14. 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.
15. Saber aplicar los sistemas de medición para la gestión de una feria: indicadores comerciales.
16. Trabajar en equipo y adquirir capacidad de liderazgo.

Contenido

1. Organismos que regulan el sector de congresos y Ferias. MCB

2. Sedes e instalaciones. Características. operaciones logísticas

3. Candidaturas y concursos. (Bid)

4. Calidad en los congresos y ferias. Planificación de tareas, gestión de proveedores y presupuesto

5. Características del sector congresual. Congresos médicos y científicos. Gestión de la Secretaría Técnica

6. Promoción para captar participantes. Búsqueda de patrocinadores

7. Innovación en los congresos

8. Presentación y datos del sector ferial. Técnicas de gestión de las ferias

9. Diseño, lanzamiento y organización de una Feria

10. Promoción para captar expositores. Promoción para captar visitantes

11. Visita a una Feria

Metodología

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

1. Presenciales:

- Clases magistrales
- Resolución / discusión de ejercicios y casos con el estudiantado, 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	2, 10, 4, 3, 15, 5, 9, 12, 11
Tipo: Supervisadas			
Resolución de casos	35,5	1,42	16, 1, 14, 13
Trabajos en el aula	15	0,6	16, 14, 13
Tutorías	15,5	0,62	16, 1, 14, 13
Tipo: Autónomas			
Elaboración de trabajos	90	3,6	2, 10, 14, 15, 6, 7, 8, 13

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 continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Debates-Fórums	40%	6	0,24	16, 14, 13
Presentaciones orales	10%	7	0,28	16, 1, 14, 13
Prueba escrita evaluadora de Módulo	50%	20	0,8	2, 10, 4, 3, 15, 5, 6, 7, 9, 8, 12, 11

Bibliografía

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

De la Serna Ramos, María · Escudero López-Cepero, Marta (2017): Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones. Síntesis. Madrid

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

Herrero Blanco, Paloma (2017): La organización de congresos en el mundo de las reuniones. Síntesis. Madrid

Herrero Blanco, Paloma. (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

Sánchez González, Dolores del Mar (coord.) (2017): Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones.Madrid, Síntesis

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 deeventosferiales: diseño y organización. Ed. Síntesis, 2006

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

Software

Dentro del calendario establecido se reservarán 15 minutos de una clase para que el alumnado cumplimente las encuestas de evaluación del profesorado y del módulo