*Guía docente del módulo “Organización de Congresos y Ferias”*

1. IDENTIFICACIÓN

* **Nombre del módulo:** Organización de Congresos y Ferias
* **Código:** 43078
* **Titulación:** Máster Universitario en Dirección y Organización de Turismo de Eventos
* **Curso académico:** 2018-19
* **Tipo de módulo:** Obligatorio
* **Créditos ECTS (horas):** 9 (225)
* **Período de impartición:** 2º semestre
* **Idioma en que se imparte:** Castellano
* **Responsable del módulo y mail de contacto:** Pepa Aguar: mariajose.aguar@uab.cat/ ; Francesc Carrió: fcarrio@hotmail.com
* **Otros profesores:**  David Noack, Fabiano Fontenelle, Sandrine Castres, Tommy Gil, Mirtcho Savov, Rudolf Ranneger, Jordi Estruga, J. Antoni Llopart, Francesc Carrió, Agustín Torres

2. PRESENTACIÓN

Introducción al conocimiento del ámbito de los congresos y ferias y su especialización dentro del sector de los eventos. Análisis de infraestructuras y propuestas de diseño, comercialización y producción. Políticas de marketing, estudio de los expositores y de los visitantes. Últimas tendencias. Conocer la estructura y organización de congresos médicos y la gestión que hacen los Organizadores Profesionales de Congresos (OPC).

3. OBJETIVOS FORMATIVOS

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

4. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

**COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

E01. Identificar los actores y conceptos fundamentales del turismo de eventos para analizar los datos sectoriales de actualidad y poder detectar nuevas tendencias

E01.03 Analizar los actores de un congreso

E02. Planificar y gestionar los diferentes tipos de actividades necesarias para la organización de un evento

E02.05 Analizar las especificidades del colectivo de médicos y sus sociedades científicas

E02.06 Poner en práctica las misiones del organizador de un congreso

E02.07 Analizar el impacto de las TIC en la gestión y organización de ferias y congresos.

E02.08 Elaborar un Memorando del Congreso.

E02.09 Elaborar un Programa científico.

E02.10 Identificar los requisitos de formación continuada en el marco de los congresos médicos

E02.11 Establecer las pautas de relación con los proveedores

E02.13 Conocer las diferencias entre la organización de una Feria y de un Congreso. Saber aplicar el sistemas de medición para la gestión de una feria; indicadores comerciales.

E02.14 Fidelizar un visitante o expositor de una feria analizando su nivel de satisfacción

**COMPETENCIAS BÁSICAS Y TRANSVERSALES**

CB7. Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su ámbito de estudio.

CB9 Comunicar claramente y sin ambigüedades conclusiones, conocimientos y las razones que los sustentan a públicos especializados y no especializados

GT.02 Analizar, razonar críticamente, sintetizar, organizar y planificar los entornos y las actuaciones de gestión

GT.03 Adaptarse a nuevas situaciones adquiriendo iniciativa para desarrollar estrategias innovadoras y competitivas

1. TEMARIO Y CONTENIDOS

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. Promoción para captar participantes / Búsqueda de patrocinadores

12. Visita a una Feria

6. BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

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 Asociation for the Exhibition Industry. www.ufi.org.Surveys and Studies

News and Media 2015/16

7. METODOLOGIA DOCENTE

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:**

1.1. Clases magistrales de los docentes

1.2. Resolución / discusión de ejercicios y casos con los estudiantes, en grupo o individualmente

1.3. Debates entre los estudiantes sobre temas expuestos previamente leídos o explicados

1.4 Tutorías

**2. No presenciales tutorizadas**:

2.1. Ejercicios de caso para trabajar fuera del aula

2.2 Preparación de práctica de evaluación de Módulo: Caso práctico: Lanzamiento de una Feria

**7.1 ACTIVIDADES DE FORMACIÓN**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Título** | **UD** | **Horas** | **ECTS** | **Resultados de aprendizaje** |
| **Tipo: Dirigidas**Clases magistrales de los docentes |  | 48 |  1,92 | E01.03, E02, E02.05, E02.07 E02.09, E02.13  |
|  |  |  |  |  |
| Resolución/discusión de ejercicios y casos con los estudiantes, en grupo o individualmente  |  | 40 | 1,6 | E01.03, E02, E02.05, E02.07 E02.09, E02.13  |
|  |  |  |  |  |
| Debates entre los estudiantes sobre temes expuestos previamente leídos o explicados  |  | 30 | 1,2 | GT.02 GT.03 |
|  |  |  |  |  |
| **Tipo: Supervisadas** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Ejercicios de caso para trabajar fuera del aula  |  | 20 | 0,8 | . GT 03 |
|  |  |  |  |  |
|  |  | 25 | 1 | GT02, GT03   |
| Preparación de práctica de evaluación de Módulo: Lanzamiento de una Feria |  |  |  |  |
| **Tipo: Autónomas**  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| Entrega practica de evaluación de Módulo  |  | 35 | 1,4 | GT03 |
|  |  |  |  |  |
| Tutorías  |  | 27 | 1,08 | GT03 |
|  |  |  |  |  |

8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

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

Evaluación continua (asistencia, observaciones puntuadas): 20-30%

Realización de trabajos (individuales o en grupo): 25-30%

Pruebas escritas / prueba evaluadora del Módulo: Lanzamiento de una Feria

**8.1 ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Título** | **Peso** | **Horas** | **ECTS** | **Resultados de aprendizaje** |
| Evaluación continua (participación activa, resolución de casos y ejercicios prácticos)  | 20-30%  | 20 | 0,8 | GT02,GT03 |
|  |  |  |  |  |
| Realización de trabajos (individuales o en grupo)  | 25-30%  | 20 | 0,8 | GT02 |
|  |  |  |  |  |
| Pruebas escritas Práctica evaluadora de Módulo | 40-50% | 50 | 2 | GT03 |

9. PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **DIA** | **TEMA** | **MÉTODO** | **HORAS** |
| 1 | Organismos que regulan el sector de congresos y Ferias MCB | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 2 | Sedes e instalaciones. Características. Operaciones logísticas. Visita/Sesión World Trade Center | Clase magistral | 3 |
| Actividades autónomas | 1 |
| 3 | Candidaturas y concursos (Bid) | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 4 | Calidad en los congresos y Ferias. Planificación de tareas, gestión de proveedores y presupuesto  | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 5 | Características del sector congresual. Congresos médicos y científicos. Gestión de la Secretaria Técnica  | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 6 | Promoción para captar participantes. Búsqueda de patrocinadores  | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 7 | Innovación en los congresos  | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 8 | Presentación y datos del sector ferial. Técnicas de gestión de las ferias | Clase magistral | 3 |
| Actividades autónomas | 1 |
| 9 | Diseño, lanzamiento y organización de una feria  | Clase magistral | 3 |
| Actividades autónomas  | 1 |
| 10 | Promoción para captar expositores. Promoción para captar visitantes  | Clase magistral | 4 |
|  |  |
| 11 | Innovación en el sector ferial | Clase magistral | 4 |
| 12 | Visita a una Feria  | Clase magistral/ Actividades Autónomas  | 4 |

10. OTROS (opcional, específico del centro)