



Turismo de
Negocios y
Eventos (MICE)
Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Turismo de negocios y eventos (MICE)

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Sandra Monroy

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Conocimientos y Contenidos

K4. Conocer y explicar los conceptos teóricos y prácticos relativos a la creación, gestión y dirección de empresas turísticas en el ámbito nacional e internacional.

K6. Conocer la gestión, operaciones y procesos de empresas turísticas (alojamiento, intermediación, organización de eventos, etc.)

K7. Comprender las funciones de dirección de las organizaciones turísticas y de sus diferentes áreas y departamentos.

1.2. Habilidades y Destrezas

S1. Interpretar datos cualitativos y cuantitativos que sean relevantes para la toma de decisiones en el ámbito turístico.

S3. Manejar técnicas de análisis interno y externo y métodos financieros para la creación, gestión y dirección de empresas turísticas.

S5. Aplicar habilidades de gestión del tiempo, de comunicación, liderazgo y gestión de equipos en turismo.

S6. Utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en el ámbito académico y en los distintos ámbitos del turismo.

S7. Integrar los principios y valores democráticos y los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el proceso de generación de proyectos turísticos.

1.3. Competencias

C1. Recurrir a las técnicas y métodos aprendidos para tomar decisiones en la práctica de la profesión, sea en empresas del sector turismo o instituciones públicas.

C2. Transmitir a todo tipo de audiencias, nacionales e internacionales, de manera clara y precisa conocimientos y soluciones para los problemas que se plantean en el mundo empresarial o en los destinos turísticos.

C3. Participar en proyectos técnicos en el ámbito turístico, asumiendo responsabilidades en la toma de decisiones y en la gestión de equipos.

C4. Producir soluciones creativas para satisfacer las necesidades que planteen los actores del sector turístico, o que emerjan a raíz de situaciones imprevistas.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno en especial.

2.2. Descripción de los contenidos

Con esta asignatura se pretende que el estudiante comprenda la importancia que posee para el sector el turismo de congresos e incentivos; identificando cuál es la situación actual en el mundo de este tipo de turismo, su desarrollo y potencialidad.

El estudiante aprenderá y comprenderá las necesidades para la organización de eventos y los requisitos de los diferentes agentes que estén implicados, así como la oferta en general del destino que conlleva a planificar y crear un producto de este tipo.

2.3. Contenido detallado

Tema 1.- Introducción al turismo reuniones/MICE

- Aproximación al concepto: turismo MICE
- Clasificación y características
- Principales asociaciones, organismos y funciones

Tema 2- Tipos de reuniones y perfil demanda

- Congresos
- Convenciones
- Incentivos
- Exposiciones/ferias, etc.

Tema 3.- Destinos turísticos MICE

- Identificación stakeholders y servicios MICE
- Agentes públicos
- Agentes privados

Tema 4.- Organización y planificación de reuniones

- Planificación
- Fases de la organización
- Ejecución de la reunión

Tema 5.- Promoción del turismo de reuniones y captación

- Internet: página web, redes sociales, emailing
- Ferias, bolsas de contratación
- Viajes de familiarización
- Presentación de candidaturas

Tema 6.- Tendencias

- Eventos híbridos
- Sostenibilidad
- Tecnología en las reuniones

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Trabajo individual sobre lecturas de artículos, notas de prensa, casos de estudio, informes y salidas programadas.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Trabajo grupal. Organización reunión. Se conformará un equipo de trabajo, en el que cada alumno desempeñará el papel de un agente involucrado en la cadena de valor.

Actividad Dirigida 3 (AD3): Trabajo individual. Estudio basado en un destino MICE. Se llevará a cabo un análisis de todos los stakeholders, tanto públicos como privados, que conforman la oferta del turismo de reuniones del territorio, así como la promoción que lleva a cabo para favorecer la captación de este tipo de turismo. Con la información obtenida los alumnos prepararán la exposición de la oferta del destino para presentarlo como candidato a la celebración de un congreso.

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	% de PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico- prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	50%
Exámenes parciales	-
Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos	30%
Examen final	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

- Falta ortográfica leve: -0,1 (tildes, puntuación, mayúsculas, etc.)
- Falta ortográfica grave: -0,5 (estructura y contenido, palabras ininteligibles)

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. **El plagio es un delito.**

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará **falta grave** y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Rogers, T., & Davidson, R., (2017). Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events.

Fenich, G., & Malek K., (2021). Meeting, expositions, events & Conventions. An introduction to the Industry

Bibliografía complementaria

Roca Prats, J. L., (2015). Planificación, organización y control de eventos.

De la Serna Ramos, M. (2017). Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones. Editorial Síntesis.