

♦ **MATERIA**

PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

♦ **DEPARTAMENTO**

Turismo

♦ **CARRERA**

Licenciatura en Turismo

♦ **TURNO**

Noche

♦ **SEMESTRE**

SEGUNDO - 2013

♦ **Asignaturas correlativas previas**

Administración General
Gestión de Agencias
Diseño de Productos Turísticos

♦ **Asignaturas correlativas posteriores**

♦ **PROFESOR TITULAR**

LIC. VIVIANA MENDEZ

♦ **OTROS DOCENTES**

♦ OBJETIVOS

Generales

- Estudiar el producto EVENTOS, donde el alumno interpretará y conocerá el mismo, como así también las herramientas en las que deberá basarse para lograr el éxito en la organización de Eventos.
- Conocer las distintas agrupaciones en donde se encuentran asociados los organizadores de Congresos en nuestro país y en el mundo, como así también los calendarios de Eventos.
- Captar la importancia del mercado EVENTOS, como así también el significativo crecimiento de este sector a niveles internacionales.
- Adquirir conceptos básicos de ceremonial, protocolo y comportamiento social para la organización de eventos en general y la forma de aplicación.

Específicos

- **Interpretar** la importancia del Mercado de Eventos a niveles nacionales e internacionales.
- **Conocer** que el mismo forma parte de un Producto Turístico en crecimiento económico.
- **Diferenciar** “Congresos y Convenciones” de “Ferias y Exposiciones”.
- **Describir** los elementos que intervienen en relación con el Mercado y recabar, analizar e inferir información.
- **Conocer** los distintos organismos en los que se encuentran agrupados los Organizadores de Congresos.
- **Aplicar** conceptos de ceremonial y protocolo en la Organización de Eventos.
- **Analizar** el Mercado y sus posibles competidores.
- **Aplicar** herramientas que permitan el éxito en la organización de Eventos.
- **Formular y desarrollar** trabajos de campo.

♦ CONTENIDOS

UNIDAD 1: ORG. INTERNACIONALES, NACIONALES Y PROVINCIALES

- Organizaciones dedicadas a la organización de eventos. Bureau de Congresos Funciones, Objetivos, roles. AOCA. COCAL. otros
- ORG. MUNICIPALES. Clasificación y Evaluación de los Municipios Turísticos. Funciones de los Municipios y Coordinación con distintos Organismos para la Planificación de Eventos.

UNIDAD 2: LOS CONGRESOS Y CONVENCIONES COMO ACTIVIDAD

- Definiciones y Terminología.
- Generalidades sobre las actividades de eventos y de congresos en particular. Trascendencia académica y económica. Objetivos de los Congresos. Datos estadísticos. Distribución en el mundo y Argentina. Clasificación y características de los distintos tipos de reuniones.
- Organización de un congreso. Objetivos. Estructura organizativa. Relación Comité OPC. Breve descripción de sus distintas etapas.

UNIDAD 3: PRECONGRESO

- Presecretaría. Decisiones básicas: elección de la fecha, selección y característica de la sede. Presupuesto. Cronograma. Lineamiento de las tareas del Precongreso.
- Presupuesto y Financiamiento. Fuentes de recursos. Costos fijos y variables. Administración de fondos.
- Programa técnico. Tareas del comité, apoyo al OPC. Remisión de la información. Programa preliminar. Presentación de Trabajos: distintas alternativas. Publicaciones. Declaraciones de interés.
- Difusión de un congreso. Determinación del "producto" y sus mercados. Medios a utilizar. Elaboración del mensaje. Pautas para la redacción.
- Folleto promocional. Datos que debe contener. Destinatarios. Diseño del mensaje. Distribución. Mailing. Conferencia de prensa. Detalles a tener en cuenta.
- Procedimiento para inscribirse a un congreso. Ficha de inscripción. Datos que debe contener. Medios de pago. Servicios turísticos: reserva de alojamiento, transportaciones, opcionales al programa social, tours pre y post congreso.
- Exposición que acompaña a un congreso. Objetivos. Etapa previa. Armado y desarrollo de la exposición. Auspicios publicitarios. Conveniencia de la sociedad congreso-sponsor. Propuesta publicitaria.

UNIDAD 4 ARMADO DEL CONGRESO

- Armado del Congreso. Calidad de Servicios. Personal, material y servicios. Relación con los proveedores.
- Tecnología aplicada. Sonorización, refuerzo de la palabra, interpretación simultánea, grabación, proyecciones, teleconferencias, videoconferencias.
- Logística protocolar. Ornamentación. Sanidad. Personal auxiliar.

UNIDAD 5: DESARROLLO DEL CONGRESO

- Organigrama general. Acreditaciones.
- Secretaría y Documentación durante el Congreso.
- Manejo y atención de salas. Operatividad y escenografía. Funciones del personal asignado.
- Interpretación simultánea de idiomas. Alternativas. Necesidades y requerimientos del personal especializado.
- Ceremonial y Protocolo. Acto apertura. Ubicación de banderas. Himnos. Conformación mesa académica. Ubicación de autoridades. Funciones del maestro de ceremonias y del moderador. La elección de la recepción según el horario de celebración.
- Turismo de Convenciones. Generalidades. Actividades programadas: hotelería, paseos; programa de acompañantes, confirmación de pasajes. Actividades opcionales: transfers y tours pre, durante y post-congreso.
- Servicios complementarios. Transporte. Seguridad. Prensa. Cobertura médica. Otros servicios.

UNIDAD 6: POSTCONGRESO

- Tareas post-congreso. Desarme y entrega de salones. Reunión de evaluación. Informe final y su contenido. Agradecimientos.

UNIDAD 7: GENERALIDADES

- Marketing de una Empresa Organizadora. Captación de Congresos.
- Marketing de una ciudad como sede de Congresos. Buró de convenciones y congresos. Alternativas.
- Entidades y relaciones vinculadas a Congresos. Organismos Gubernamentales, Organizaciones No Gubernamentales y ámbito empresarial.

UNIDAD 8: LAS FERIAS Y EXPOSICIONES COMO ACTIVIDAD

- Ferias y Exposiciones. Orígenes y generalidades. Distintas variantes. El mercado argentino.
- Organización de una Exposición. Objetivos. Estructura organizativa. Descripción de etapas.

UNIDAD 9: PERIODO PREVIO

- Presecretaría. Parámetros básicos. Tareas generales: presupuesto, planimetría, reglamento, impresiones, cronograma.
- Presupuesto y financiamiento de una feria y exposición. Relación con sus objetivos. Presupuesto de gastos y estimación de recursos. Ajuste permanente.
- Marketing de una exposición. Marketing institucional. Captación de la Oferta (expositores) y la demanda (visitantes)
- Marketing del expositor. Como obtener mejores resultados.

UNIDAD 10: ARMADO Y DESARROLLO DE LA FERIA Y EXPOSICION

- Puesta en escena. La feria y exposición en sus días previos. Análisis de los distintos proveedores. Infraestructura, servicios y personal.
- Desarrollo de la feria y exposición. Organigrama. Tareas y responsabilidades. Desarme y Trabajos finales.

♦ ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Las actividades previstas para el desarrollo de la Cátedra, requieren que una planificación de clases abiertas y participativas, explicitando los contenidos teóricos de los principales temas de tal forma que se puedan activar capacidades previamente adquiridas por los alumnos.

Se utilizarán recursos y técnicas que logren una rápida familiarización del alumno con los temas a tratar. La utilización de medios gráficos y audiovisuales, la realización de trabajos prácticos y la inferencia y reflexión sobre los nuevos conceptos, serán los ejes que lleven al alumno a obtener mayores beneficios. El propósito es despertar el interés de esta actividad que aun se encuentra algo dormida en nuestro mercado, siendo esta una actividad económica en crecimiento en todo el mundo, donde, ser sede de eventos es una gran lucha por quienes entienden esta actividad, lo cual favorecerá el desarrollo de una formación para futuros licenciados en turismo quienes comprenderán el comportamiento de los mercados en materia de EVENTOS manejando los recursos y herramientas que le garantizarán el éxito en el desarrollo de la actividad.

Los alumnos recibirán el apoyo de material didáctico integrado por documentos bibliográficos accesibles para su comprensión e informes sinópticos que organicen los conceptos, los relacionen y formulen rápidamente guías de acción.

♦ BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía General

Gotelli, Anibal. *Manual de Ceremonial Empresario e Institucional*. Editorial Imagen. Buenos Aires, 2001.

Jijena Sánchez, Rosario. *ABCD Eventos*. Editorial Dunken. Argentina, marzo 2000.

Monferrer, Carlos Alberto. *Organización de Congresos y Exposiciones*. Editorial Dunken. Buenos Aires, 2001.

Musumeci, G.I. y otros. *Cómo organizar eventos*. Valletta Ediciones. Argentina, 2004.

Publicaciones de “Guía de Congresos & Convenciones” Edición Especial de Editorial Ferias & Congresos S.A. República Argentina.

Revista Ferias & Congresos. “Marketing Especializado”. Editorial Ferias & Congresos. S.A. República Argentina.

CIET. Estudios y Perspectivas en Turismo.

VENTURA, T. Apuntes del curso de ética profesional. Diplomado de Filosofía y Pedagogía. Universidad Panamericana. México.

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA TRADICIONAL. Fundación Universitaria Iberoamericana.

Apuntes de Cátedra

♦ **REGULARIDAD**

Asistencia (75% mínimo) 2 (dos) trabajos prácticos informales: 100% aprobados. 2 (dos) trabajos prácticos formales: 100% aprobados.
Trabajos Prácticos Investigación en principales centros de congresos en Mendoza. Simulacro acto inaugural de un congreso internacional. Organización jornada debate de Turismo Aventura. Organización exposición pública de un referente del Turismo.
Evaluaciones Parciales Dos Parciales con instancia a recuperatorio

♦ **EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN**

Promoción Indirecta <u>Promoción Directa:</u> esta modalidad no será contemplada, para la “regularidad” de la asignatura, por decisión conjunta de esta cátedra. <u>Promoción Indirecta:</u> se entiende por “promoción indirecta” a la instancia, en la que el alumno debe cumplir una serie de requisitos, para acceder a la condición de “regularidad” de la asignatura. Esta condición le dará la posibilidad de rendir el examen final y, una vez aprobado éste, se obtendrá la condición de “aprobado” en la asignatura. Los requisitos para la “regularidad” son: 75% de asistencia a clases, a evaluaciones parciales y entregas de trabajos; aprobación de todos los trabajos prácticos y evaluaciones de la asignatura; con posibilidad de recuperar (por desaprobación o inasistencia) un trabajo práctico y/o una evaluación parcial, como máximo.
--