



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

ACADEMIA DE SERVICIOS TURISTICOS.						
I	NOMBRE DE LA MATERIA		Organización de Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones.			
	TIPO DE ASIGNATURA		Curso-Taller		CLAVE	I5618
II	CARRERA		Lic. en Turismo			
	ÁREA DE FORMACIÓN		Básica Particular Obligatoria.			
III	PRERREQUISITOS		Fundamentos del Turismo			
IV	CARGA GLOBAL TOTAL		80 horas	TEORÍA	40	PRÁCTICA 40
V	VALOR EN CRÉDITOS		8			
FECHA DE CREACIÓN		Enero 2013	FECHA DE ULTIMA MODIFICACION	Dic. 2016	FECHA DE EVALUACIÓN	Enero 13, 2017

## VI. Fundamentación:

Si el mundo se ha dado cuenta del potencial que tiene el turismo para las economías apenas hace unas décadas, entonces apenas hace unos años que se ha descubierto el valor que tienen los eventos de comunicación:

Congresos, Convenciones, Viajes de Incentivo, Seminarios, Exposiciones, cada uno tan diferente pero con principios similares: siguen un proceso logístico que implica **planeación, organización, supervisión y evaluación**.

En el mundo actual, estas actividades cobran cada vez mayor importancia en el turismo y lo seguirán tomando. En las ciudades se construyen centros de convenciones y exposiciones reconociendo la explosión económica que esto lleva consigo, los ya existentes amplían sus instalaciones para recibir exposiciones y congresos de mayor tamaño o varios eventos en forma simultánea.

Los hoteles implementan nuevos salones y pretenden subir su mezcla de clientela hasta llegar a un 30% ó 40 % de convenciones o viajes de incentivo; Especialistas surgen en torno a esta actividad económica para proporcionar servicios y se fortalecen los procesos de Certificación en Meetings. Todos desean formar parte de esta cadena de valor y la dinámica que implica su proceso organizador.

## Objetivo General:

Conocer y dominar las habilidades como organizador de eventos de una manera práctica y actualizada, considerando los aspectos más importantes en la **planeación, organización y supervisión** de este proceso.

## Objetivos Particulares:

- \* Diferenciar conceptos sobre tipos de eventos y dimensionar la cadena de valor del turismo de reuniones.
- \* Actualizar de manera constante la información referente al turismo de Reuniones a través de publicaciones, Internet e investigación de campo.
- \* Conocer el perfil del Organizador de Congresos y Convenciones



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

- \* Planear, Organizar, Operar y Supervisar eventos en equipo.
- \* Desarrollar contenidos en el **idioma inglés**.
- \* Utilizar recursos digitales en el proceso de enseñanza aprendizaje del tema.

## VII. CONTENIDO TEMÁTICO

### **CAPÍTULO I.- El trabajo colaborativo y los recursos digitales en el aprendizaje sobre Turismo de Reuniones.**

- 1.1.1 Twitter como herramienta para multiplicar contenidos académicos
- 1.1.2 Flipagram, Animoto y Movie maker, herramientas de video
- 1.1.3 Piccollage, PicsArt, aplicaciones para material visual
- 1.1.4 El Gif , Meme y Cómic como recursos para ilustrar un concepto académico
- 1.1.5 Difusión de contenidos en redes por líderes de la industria de meetings.

<http://linkis.com/industriadereuniones.com/6DEot>

### **CAPITULO 2.- Dimensión del turismo de reuniones en México.**

- 2.1 15 elementos básicos del Turismo de Reuniones y Perfil del Meeting Planner.
  - 2.1.2 Los 4 pilares
  - 2.1.3 Los Objetivos
  - 2.1.4 El perfil del meeting planner
  - 2.1.5 El gasto per cápita
  - 2.1.6 La estacionalidad
  - 2.1.7 Mercado selectivo vs masivo
  - 2.1.8 Repetitivo vs permanente
  - 2.1.9 La accesibilidad y conectividad
  - 2.1.10 La jerga idiomática
  - 2.1.11 Las asociaciones profesionales
  - 2.1.12 Las certificaciones
  - 2.1.13 El porcentaje 95-5
  - 2.1.14 Encuentros cara a cara
  - 2.1.15 Las herramientas de actualización
  - 2.1.16 El qué, del cómo, del con quién y dónde.
- 2.2 El papel de las DMC
  - 2.2.1 Qué es una DMC
  - 2.2.2 Perfil del profesional DMC

### **CAPITULO 3.- Proceso creativo en el turismo de reuniones**

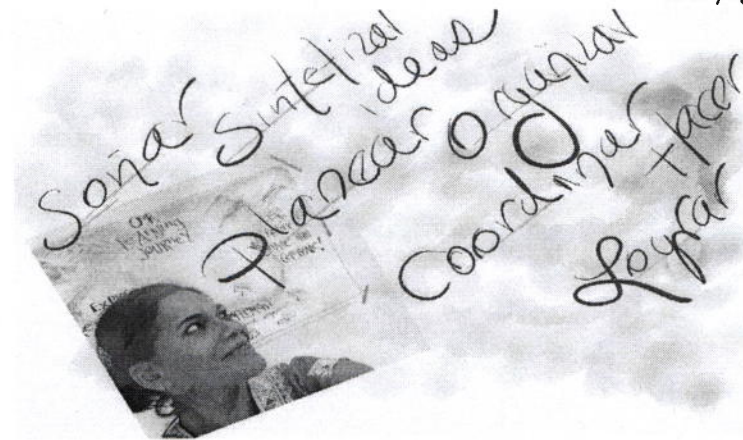
- 3.1 El efecto ¡WOW! En la organización de eventos.
- 3.2 La creatividad en la organización de Fiestas Tema
- 3.3 La animación recreativa y sociocultural en la organización de eventos.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

Laura Aguilar @TurismoUdeG  
lauryaguilar@yahoo.com



## CAPITULO 4.- La hotelería y su contribución al turismo de reuniones a través del área de Grupos y Convenciones.

- 4.1 El proceso de comercialización para el segmento de Grupos y convenciones, ingredientes de Paquetes, cuentas comerciales, participación en el segmento de mercado, chart de eventos, el check list.
- 4.2 Perfil del Gerente de Convenciones, Objetivos y Funciones del Departamento.
- 4.3 Responsabilidad de los Departamentos involucrados en la Organización de Grupos y Convenciones: Dirección Comercial, Ventas, División Cuartos, Alimentos y Bebidas, Contraloría, Animación, Mantenimiento y sus áreas dependientes.
- 4.4 Programa práctico de actividades de un congreso o Convención: instructivo de evento, tipo de Montajes, break out sessions, team building.
- 4.5 Análisis de la Oferta Local. (Práctica de observación en Hoteles con salones de eventos y/o el Centro Internacional de Convenciones.)

## VIII. MODALIDAD DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.

### Unidad I. El trabajo colaborativo y los recursos digitales en el aprendizaje sobre Turismo de Reuniones.

**Objetivos:** Integrar herramientas digitales como un recurso creativo para contenidos académicos y fomentar un ambiente colaborativo centrado en el estudiante.

**Bibliografía:**

<http://udg.theagoraonline.net/studios/collaborative-learning/>

<https://docs.google.com/document/d/1Frk6PFb1n9ELQ0JAs1O6g46xAiRGO0ZpyRtEvlvj1JE/edit>



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

## Actividades:

Búsqueda constante de recursos digitales para elaborar gráficos, textos, videos, presentaciones y en general contenidos que sumen a cada uno de los capítulos de esta materia.

- 1) Los alumnos harán collage de fotos, memes, audios, videos etc. con lo que afianzarán sus nuevos saberes y compartirán en twitter.
- 2) Establecerán contacto con profesionales del turismo de reuniones con el objetivo de interactuar con ellos

**Metodología:** Trabajo online: exposición por parte de la profesora y autogestión del conocimiento por parte del alumno (a través de tutoriales en youtube, revisión de publicaciones en internet)

**Actividades Prácticas:** Participar en twitter con el HT #MeetingsCucosta, seguir a Profesionales del Turismo de Reuniones, crear contenidos lúdicos, compartirlos entre todos los estudiantes.

Creación de un glosario en inglés-español sobre el argot turístico.

## UNIDAD 2.- Dimensión del turismo de reuniones en México.

**Objetivos:** Introducir el tema de los Congresos y Convenciones desde un enfoque conceptual.

Definir de una manera general, cuales son los antecedentes del turismo de reuniones y los pasos fundamentales para organizar cualquier tipo de evento. Conocer el perfil profesional del Organizador.

**Bibliografía:** Organización de Eventos, Congresos y Convenciones Editorial Trillas

Grupos y Convenciones, Edit. Mc Graw Hill y 15 Cosas Básicas del Turismo de Reuniones de Fernando Compeán.

## Actividades:

Organizar el equipo de trabajo, elaborar el chart – calendario de eventos y definir los criterios para trabajar en equipo.

**Metodología:** Expositiva y coordinación grupal.

## Actividades Prácticas:

Se sugiere invitar a un OCC, Un DMC o un Gerente de Grupos y Convenciones a la clase.

Apoyar en la difusión de actividades programadas por las Coordinaciones de Extensión Universitaria y la División de Estudios Sociales y Económicos o la Coordinación de Turismo.

Continuar creciendo el glosario en inglés-español sobre el argot turístico.

## UNIDAD 3. Proceso creativo en el turismo de reuniones

### Objetivos:

Desarrollar la capacidad de ser creativo en el proceso de organización de eventos. La creatividad permite crear e inventar cosas nuevas a partir de lo que ya se encuentra presente en nuestras vidas, por lo tanto ser creativo se convierte en una de las capacidades más necesarias del ser humano.

Integrar la animación recreativa y sociocultural como elementos fundamentales en la organización de eventos.

Definir la logística necesaria en la organización de congresos.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

## **Bibliografía:**

Manual de Grupos y Convenciones de la materia, Laura Alicia Aguilar González

Convenciones a Lápiz, Fernando Compeán.

Videos Tutoriales de Maricarmen Obregón, Efecto WOW! Marca registrada.

## **Actividades:**

Proyectar videos de Efecto Wow! En el aula.

Organizar trabajos en equipo para proponer la organización de eventos temáticos

**Metodología:** Ambiente colaborativo.

**Actividades prácticas:** Organizar un evento temático en la clase con las características de un evento real definiendo responsabilidades por equipo.

Preparar montajes técnicos de: equipo audiovisual, de mesa presidium, de mobiliario, receso de café y material impreso como invitaciones, programa del evento, folleto promocional y letreros especiales. La realización de los eventos se llevará a cabo en el **Taller de Alimentos y Bebidas**.

## **UNIDAD 4. La hotelería y su contribución al turismo de reuniones a través del área de Grupos y Convenciones.**

**Objetivos:** Articular los conocimientos adquiridos previamente con la actividad hotelera como un elemento fundamental en la Organización de Convenciones, Congresos y Exposiciones. Desarrollar el tema de la Gerencia de Convenciones de manera específica, conociendo de forma práctica, cuales son las funciones y responsabilidades de esta área y su relación con los departamentos involucrados en eventos.

**Bibliografía:** Manual de Grupos y Convenciones, Laura Alicia Aguilar González.

**Actividades:** Estructurar un manual de operaciones propio.

**Metodología:** Expositiva y práctica.

**Actividades prácticas:** Visita a 2 hoteles o el centro de Convenciones de Puerto Vallarta.

Organización de la clase en espacios diferentes al aula.

Organización de una Conferencia.

Realizar instructivos y programas de convenciones.

Apoyo logístico a un evento externo en el campus o fuera del mismo.

## **IX. BIBLIOGRAFIA BÁSICA:**

- ✦ Organización de Eventos, Congresos y Convenciones, Editorial Trillas
- ✦ Grupos y Convenciones, Edit. Mc Graw Hill
- ✦ 15 Cosas Básicas del Turismo de Reuniones de Fernando Compeán
- ✦ Destinos Turísticos de Reuniones, Eduardo Yarto Aponte, Editorial Trillas.
- ✦ Convenciones a Lápiz, Fernando Compeán.
- ✦ Manual para lograr la sede de eventos editado por el CPTM de la SECTUR
- ✦ Manual de la azafata de congresos, convenciones y ferias. Paloma Herrero. Editorial Síntesis



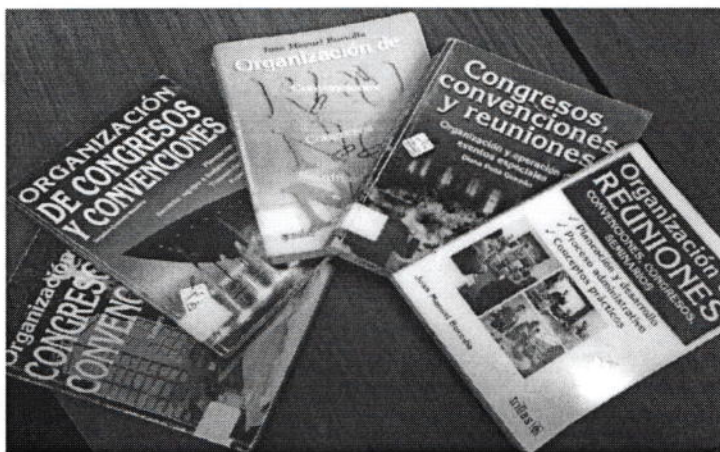
# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

- ✦ Congresos, Convenciones y Reuniones. Diana Peña. Editorial Trillas.
- ✦ Organización de congresos y convenciones. Tonatiuh Cravioto. Editorial Trillas

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ✦ Manual de Grupos y Convenciones de la Materia proporcionado por la Profesora
- ✦ Revista Convenciones
- ✦ [www.meetingsmexico.com](http://www.meetingsmexico.com)
- ✦ Publicación "GIROS" y suscripción "Weekly " de Fernando Compeán



## X. CONOCIMIENTOS, APTITUDES, ACTITUDES, VALORES, CAPACIDADES Y HABILIDADES QUE EL ALUMNO DEBE ADQUIRIR.

El alumno desarrollará habilidades para integrar y liderar equipos de trabajo. Un profesional de Congresos y Convenciones define su perfil con la capacidad para dirigir a las áreas que hacen posible el éxito de dichos eventos; tanto en el trabajo administrativo como operativo. Su área profesional se extiende a la actividad hotelera, Agencias de viajes, DMC's, Casas de Incentivo y Organizaciones especializadas en manejo de Eventos Grupales.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS



## XI. PERFIL DEL PROFESOR.

Profesor con experiencia profesional y certificación en Turismo de Reuniones , así como habilidades en el tema de la Enseñanza con dispositivos móviles.

## XII. EVALUACIÓN

### ASPECTOS A EVALUAR.

La práctica en la organización de eventos y originalidad de su propuesta, trabajos de investigación, publicaciones en twitter, **ortografía impecable**, creación de material didáctico e ideas creativas para su trabajo en equipo.

### MEDIOS DE EVALUACIÓN.

Trabajos de investigación, ortografía impecable, creación de material didáctico e ideas creativas para su trabajo en equipo.

## PORCENTAJE DE CADA UNO DE LOS CRITERIOS.

Participación en moodle/grupo de fb	20 puntos
2 actividades de club de lectura	10 puntos
Trabajo en equipo	20 puntos (organización de un evento)
Visitas Guiadas y asistencia a eventos	20 puntos (Hotel, CIC, CUC)
Tareas, manejo de redes y material didáctico en twitter	20 puntos
Cuestionario final	10 puntos.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS /  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOECONÓMICOS

## XIII. TIPO DE PRÁCTICAS.

Práctica de Simulación (Organización de Evento Tema)

## XIV. MAESTROS QUE IMPARTEN LA MATERIA.

Dra. Laura Alicia Aguilar González.

## XV. PROFESORES PARTICIPANTES.

Dra. Laura Alicia Aguilar González.

Dra. Laura Alicia Aguilar González  
Presidente de la Academia de Servicios  
Turísticos

Mtra. Miriam del Carmen Vargas Aceves  
Jefe del Departamento de Socioeconómicos

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
Centro Universitario de la Costa  
Campus Puerto Vallarta

Dra. Gloria Angelica Hernández Obledo  
Director de la División de Estudios Sociales y Económicos.



DIVISION DE ESTUDIOS  
SOCIALES Y ECONÓMICOS