



TECNICATURA SUPERIOR EN TURISMO (Resolución N°3005-E/22 - Resolución N°4049-E/23)

24. Espacio Curricular de Definición Institucional II

Denominación de la propuesta: TURISMO DE REUNIONES

Campo de conocimiento: Campo de Formación Específica

Formato pedagógico: Taller

Régimen de Cursada: Anual

Ubicación en la Estructura Curricular: 3º Año

Carga Horaria Semanal: 3 horas cátedra / 2 horas reloj

Carga Horaria Total: 96 horas cátedra / 64 horas reloj

Fundamentación

El turismo de reuniones se destaca como un segmento turístico que ha alcanzado un importante grado de madurez dentro de la actividad, propiciando, de esta manera, el crecimiento del turismo a nivel general en todo el mundo. Además, posicionado como un motor del desarrollo económico, ha sabido convertirse en un gran generador de ingresos, inversión y empleo. Asimismo, esta modalidad turística se encuentra fuertemente relacionada con el turismo de esparcimiento, ya que les permite a los asistentes, conocer un nuevo destino turístico. Tal es así, que la Organización Mundial de Turismo, afirma que el 40% de los turistas por reuniones vuelven al destino con la compañía de sus amigos, familias y/o colegas. La creciente necesidad de intercambio de información y conocimiento por parte de los seres humanos ha generado que el turismo de reuniones se encuentre en constante crecimiento en todas las escalas. De allí que, la Argentina no ha quedado ajena de dicha situación. Desde sus orígenes, este segmento turístico ha ido evolucionando acorde a las situaciones económicas, políticas y sociales que atravesaba el país. Desde el ámbito gubernamental argentino, se ha considerado a la modalidad del turismo de reuniones como un segmento turístico esencial para el crecimiento turístico del país, estimulando así, la competencia de la oferta en el mercado de reuniones. La Provincia de Jujuy también considera al Turismo de Reuniones como un importante segmento de mercado a desarrollar desde el plan estratégico de turismo, por lo que nuestros alumnos deben conocer en profundidad el desarrollo de este Producto turístico. Por otra parte, desde el diseño curricular de la carrera aprobado mediante resolución N°3005-E/22, se describe como un área de competencia del Técnico Superior en Turismo el "Programar, elaborar, organizar, coordinar productos y servicios turísticos locales, regionales, nacionales e internacionales"

Finalidades Formativas

Este campo temático permitirá que los/las estudiantes puedan adquirir conocimientos y habilidades de la Industria de las Reuniones y su impacto en la actividad turística, permitiendo generar un nuevo producto turístico, necesario para competir con otros destinos en temporada baja. A través de este seminario se pretende:

- Desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios para planificar, organizar y gestionar todo tipo de eventos corporativos de manera efectiva.
- Propiciar saberes que permitan adaptarse a la demanda cambiante de la industria de reuniones y eventos.
- Reconocer las prácticas y los procedimientos comunes en la organización del producto turismo de reuniones.



Ejes de contenidos – Descriptores

Módulo 1: Introducción al Turismo de Reuniones

Objetivo General: Conocer y dimensionar la importancia de la industria de reuniones, y su relación de complementariedad con la actividad turística.

Contenido: Conceptualización de la Industria de Reuniones. Características generales del Mercado de las Reuniones. Mercado de Turismo de Reuniones. Producto Turismo de Reuniones. Organizaciones de la Industria de Reuniones.

Módulo 2: Reuniones Asociativas

Objetivo General: Incorporar conceptos básicos sobre el segmento de los eventos asociativos y discernir entre las distintas tipologías, sus características y alcances.

Contenido: Conceptualización del segmento Asociativo. Clasificación y Tipo de Reuniones. Rol del Organizador Profesional. Proceso de captación, postulación y selección. Modalidades de participación en las reuniones: presencial, virtual, híbrida.

Módulo 3: Ferias y Exposiciones

Objetivo General: Que, al finalizar el Módulo, logre conocer y dimensionar la importancia estratégica del segmento Ferias y Exposiciones en generación de oportunidades de negocios, apertura de mercados y posicionamiento de destinos.

Contenido: Conceptualización del segmento Ferias y Exposiciones. Componentes del segmento. Clasificación de las Ferias y Exposiciones. Modalidades: Presencial, Virtual, Híbrido. Etapas de la organización. Rol del Organizador Profesional

Orientaciones de evaluación y acreditación

- Participación Activa en Clases (20%)
 - Evaluar la asistencia y la participación en discusiones, actividades grupales y debates.
 - Objetivo: Fomentar el intercambio de ideas y el aprendizaje colaborativo.
- Desempeño en Tareas y Actividades (30%)
 - Calificación de las actividades individuales y grupales, incluyendo la entrega puntual de trabajos, investigación y ejercicios prácticos.
 - Objetivo: Medir la comprensión y aplicación de los conceptos aprendidos.
- Proyecto Final (40%)
 - Evaluar la creatividad, viabilidad y sostenibilidad del proyecto desarrollado en equipo o individualmente, que debe abordar un problema específico relacionado con el Turismo de Reuniones.
 - Incluye la presentación escrita y oral del proyecto,
 - Objetivo: Aplicar los conocimientos adquiridos a situaciones reales y proponer soluciones innovadoras.

Bibliografía

- Aponte, E (2017). Turismo de Reuniones: Convenciones, Incentivos, Congresos y Exposiciones. Editorial Trillas. México
- Baridón, S. (2022). El turismo de reuniones en la Argentina. Evolución y Actualidad (Tesis de Grado de licenciatura) Universidad Nacional del Sur. Repositorio del Departamento de Geografía y Turismo. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/6411>
- Organización Mundial del Turismo (2014). Informe Global sobre la Industria de Reuniones. Madrid, España.