

# Máster en Dirección de Eventos y Turismo de Negocios

Curso: 2019-2020

## Guia docente

Materia: Dirección estratégica en el sector MICE

Asignatura: Dirección estratégica en el sector MICE

Periodo: Semestre 2

Profesores:

Sr. Maurici Segú Sendra

Publicación para el uso exclusivo de la Facultad de Turismo y Dirección Hotelera Sant Ignasi (Universitat Ramon Llull)

No se permite su reproducción total o parcial

MÓDULO: GESTIÓN DE LOS EVENTOS Y DEL TURISMO DE NEGOCIOS

MATERIA: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN EL SECTOR MICE

ASIGNATURA: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA EN EL SECTOR MICE

CÓDIGO: MDE18DE

IDIOMA: CASTELLANO

CURSO: 1

PERIODO: SEMESTRE 2

CREDITOS: 5 ECTS

---

## 1. Objetivos de la asignatura

? Estructurar e introducir los aspectos claves en la Dirección Estratégica de Eventos. Conectando el evento con la estrategia global de una marca y su estrategia de marketing.

? Foco en el sector turístico y análisis de casos de éxito de destinos y marcas reconocidas en la industria.

? Conexión del ámbito estratégico con las decisiones tácticas y operativas que se derivan.

? Desarrollar la capacidad de innovar y de generar pensamiento lateral.

? Analizar y pensar el evento desde la óptica de la marca.

? Evaluar la dimensión del evento dentro de la estrategia corporativa y de Marketing. Su relevancia y su encaje.

## 2. Competencias desarrolladas

### **Básicas**

B06 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

B09 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

### **Transversales**

T01 - Desarrollar habilidades de relaciones interpersonales que permitan gestionar equipos de trabajo multidisciplinares y multiculturales

T06 -

### **Específicas**

E06 - Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales en el mercado MICE para establecer unas adecuadas políticas en línea con los objetivos y estrategias de la empresa de organización de eventos

E09 - Evaluar los procedimientos operativos del ámbito del turismo de negocios y eventos de hacer un análisis completo de su proceso productivo en términos de excelencia y calidad del servicio

### **3. Contenido**

Sesión 1: Estrategia Personal - Intro Marketing Estratégico - Concepto de Estrategia - Estrategia a nivel personal. - Marca individual.

Sesión 2: Dirección Estratégica o El Plan de MKT >> Análisis de Situación >> Macroentorno >> Microentorno.

Sesión 3: Dirección estratégica Segmentación > Macro > Micro > Inversa Posicionamiento.

Sesión 4: Dirección Operativa Marketing Mix.

Sesión 5: Brand Management o La Marca: concepto, evolución. o Casos de éxito .

Sesión 6: Brand Management o Arquitectura de Marcas.

Sesión 7: Estrategias de INNOVACIÓN - Metodología - Casos de éxito.

Sesión 8: Estrategias de INNOVACIÓN - Actitudes.

### **4. Metodología de enseñanza**

**Proyecto tutorizado.**

**Role-plays.**

**Practical Exercises.**

**Ejercicios prácticos.**

**Role-plays.**

**Trabajo individual o en grupo.**

**Estudio personal o en grupos de estudio.**

**Exposición del estudiante (individual o en grupo).**

### **5. Actividades de evaluación**

#### **Convocatoria Ordinaria**

- **Trabajo académico (Grupo - 40%)**

Competencias evaluadas: B06 - B09 - T01 - T06 - E06 - E09

• **Valoración de los principales conceptos de la asignatura**

Examen final (Individual - 40%)

Competencias evaluadas: B06 - B09 - T01 - T06 - E06 - E09

• **Participación y proactividad en clase**

Trabajo académico (Individual - 20%)

Competencias evaluadas: B06 - B09 - T01 - T06 - E06 - E09

**Convocatoria extraordinaria**

• **Examen final (Individual - 100%)**

Competencias evaluadas: B06 - B09 - T01 - T06 - E06 - E09

## 6. Bibliografía

### **Lecturas recomendadas**

? Joaquín Lorente, (2009). Piensa, es gratis. Ediciones Planeta. Editorial Prentice-Hall.

? Goleman, D.; Boyatzis, R. y Mckee, A., (2002). La estrategia del océano azul. Barcelona: Plaza & Janés

? Juan Manuel de Toro (2008). La marca y sus circunstancias. Ediciones Deusto.

## 7. Profesorado

**Sr. Maurici Segú Sendra** (Profesor titular) - [maurici.segu@htsi.url.edu](mailto:maurici.segu@htsi.url.edu)

Maurici Segú has a degree in Business Administration and MBA by ESADE.

He has been involved in the touristic and hospitality industry from his first intership and has developed different projects in TQ3 Travel Solutions (nowadays BCD Travel), Keytel and Hotusa, company in which he was in charge of Strategy and Marketing Department. He has involved in the creation of different hotel brands such as

Last 2012 he founded his own company, Innovarout. This company is focused on high innovation

solutions for companies from touristic sector, specially focused on hospitality. But he is also involved with other sectors such as football clubs, pharmaceutical companies or automobilistic sector.

## 8. Observaciones

- \* La información referente al calendario académico, horarios lectivos, calendario de exámenes y asignación de aulas se publicará oportunamente en el campus virtual y la web pública de la Facultad.
- \* La normativa académica de la Facultad es de obligado cumplimiento para todos los miembros de la misma.

Asignatura orientada a crear soluciones innovadoras para las necesidades de las marcas y sus eventos actualmente.