



Programa de la Asignatura

1. DATOS GENERALES

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	NIVEL DE FORMACIÓN	CLAVE DE LA ASIGNATURA	PRE-REQUISITOS	ÁREA DE FORMACIÓN	DEPARTAMENTO (S)
Gestión de Ferias y Exposiciones	Licenciatura	CU196	Organización de Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones	Optativa Abierta	Departamento de Turismo, Recreación y Servicios
ACADEMIA	MODALIDAD	TIPO DE ASIGNATURA	CARGA HORARIA		
			TEORÍA	PRÁCTICA	TOTAL CRÉDITOS
Gestión Turística	Presencial	Curso - Taller	40	40	8

TRAYECTORIA DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura pertenece al bloque de Optativas Abiertas para varias licenciaturas del CUCEA. Cuando el alumno o alumna elija cursar esta asignatura ya ha tenido la oportunidad de cursar. Además, como la asignatura se encuentra en el bloque de optativas abiertas, también ha podido estudiar otras materias afines que le proporcionan un conjunto de conocimientos de interés para conocer mejor el sector de las ferias y exposiciones.

PRESENTACIÓN

El mercado turístico de las ferias y exposiciones, (congresos, convenciones) está creciendo significativamente en varios países del mundo y en México no es la excepción; es un segmento de relevancia especial en la economía del país por todos los productos que interactúan dentro de él, asimismo, las personas que planifican, organizan y operan estas actividades, tienen un gran panorama económico para su propio desarrollo, por tanto la importancia de esta asignatura es fundamental porque los alumnos tienen la oportunidad de conocer y aplicar metodologías para organizar ferias y exposiciones, con base al desarrollo de habilidades para crear, innovar, manejar y administrar mejor este tipo de eventos con el propósito de generar beneficios económicos y sociales, además de divulgar la cultura y exponer la oferta turística de los destinos sede de las reuniones.

El gran reto que tienen las Ferias, Exposiciones y Convenciones es vencer el miedo de la gente en medio de la pandemia de Covid-19 que cambió de tajo desde hace más de un año, la forma de llevar a cabo concurridos eventos para migrarlos a lo virtual en principio y actualmente a modelos híbridos con un control total para evitar la propagación del virus y en concordancia con las indicaciones de las autoridades sanitarias.

Debido a la emergencia sanitaria por el Covid-19, congresos, exposiciones y ferias se han reagendado hacia la segunda mitad del año; sin embargo, otros eventos han sido cancelados, por lo que se prevé que la industria de reuniones en México pierda 60 millones de dólares al cierre de 2020. (www.larazon.com).

A nivel global, el fin de la pandemia se estima que será entre el segundo trimestre 2022 y el tercero del 2023. Esto, cuando la mayoría de los países estén fuera de peligro y focalizada, solamente, en algunas regiones del mundo. Para México, se estima que la economía volvería a ser positiva en términos anuales, entre el primer trimestre del 2023 y el tercero del 2024. Es decir, hasta ese entonces, la industria de reuniones estaría en los niveles del 2019.

Por tanto el manejar y utilizar los procesos para organizar y operar reuniones de tipo ferial y de exposiciones bajo un nuevo sistema de logística que responda a las nuevas condiciones de pandemia Covid 19, así como saber las características, servicios, permisos, espacios, capacidades y tipos de montajes (stands) de los diferentes tipos de espacios, centros de convenciones, hoteles y recintos feriales para llevar a cabo este tipo de eventos, aplicar los conocimientos de mercadotecnia para comercializar dichos eventos, diseño de páginas web para estos

acontecimientos y practicar las relaciones públicas para la mejora de la imagen de los mismos, y por último tener el conocimiento y el acercamiento a través de los conocimientos en su práctica cotidiana ante las situaciones que viven, interactuándolo en su desarrollo personal y profesional con sus actitudes, aptitudes y habilidades para resolver, cambiar e innovar en todas las áreas operativas, de organización, administración y logística bajo el enfoque de la mejora continua en la calidad de todos los procesos.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Elaborar un proyecto de creación de un evento relacionado con el turismo de reuniones de tipo feria o exposición.

CONTENIDOS

Contenido

Temático

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN AL MERCADO DE LAS FERIAS Y EXPOSICIONES COMERCIALES.

UNIDAD 2. EL OPERADOR DE FERIAS Y EXPOSICIONES.

UNIDAD 3. LOS RECINTOS PARA FERIAS Y EXPOSICIONES.

UNIDAD 4. ESTRATEGIAS DE MARKETING FERIA.

UNIDAD 5. PLANIFICACIÓN DE FERIAS Y EXPOSICIONES.

UNIDAD 6. PRESENTACIÓN DE PROYECTOS.

Contenido

Desarrollado

UNIDAD 1 INTRODUCCIÓN AL MERCADO DE LAS FERIAS Y EXPOSICIONES.

Objetivo: Reconocer los distintos conceptos relacionados al sector de las ferias y exposiciones, además de su importancia socioeconómica.

- 1.1. ¿Qué es son las ferias y las exposiciones?
- 1.2. Tipos de ferias y exposiciones
- 1.3. El mercado de las ferias y exposiciones y su impacto social y económico
- 1.4. Organismos especializados en el sector de las ferias y exposiciones
- 1.5. Aspectos legales que influyen en el sector
- 1.6. Tendencias del sector de las ferias y exposiciones comerciales

UNIDAD 2 EL OPERADOR DE FERIAS Y EXPOSICIONES

Objetivo: Identificar el rol del operador en la organización de ferias y exposiciones.

- 2.1. Perfil profesional del operador
- 2.2. Funciones del operador de ferias y exposiciones
- 2.3. Responsabilidades del expositor en eventos feriales y de exposición
- 2.4. El contrato de servicios OPR - Organizador

UNIDAD 3 LOS RECINTOS PARA FERIAS Y EXPOSICIONES

Objetivo: Distinguir las áreas que integran a los recintos destinados a eventos feriales y de exposición.

- 3.1. Situación actual de los recintos en México
- 3.2. Áreas operativas y su funcionamiento
- 3.3. Área ejecutiva y sus funciones
- 3.4. Estándares internacionales
- 3.5. Catálogo de proveedores

3.6. Condiciones para la contratación

UNIDAD 4 ESTRATEGIAS DE MARKETING FERIA

Objetivo: Analizar las estrategias de marketing utilizadas para atraer expositores a los eventos.

4.1. Importancia de participar en las ferias y exposiciones

4.2. ¿cómo llegar a los clientes?

4.3. Criterios para elegir eventos como participantes

4.4. Establecer objetivos

4.5. Definir presupuesto de participación

4.6. Planificar la participación

4.7. Marketing de relaciones

UNIDAD 5 PLANIFICACIÓN DE FERIAS Y EXPOSICIONES

Objetivo: Desarrollar un proyecto de evento tipo feria o exposición planificando su organización.

5.1. Primera etapa: Proceso pre – feria

5.1.1. Coordinación general

5.1.2. La planificación

5.2. Segunda etapa: Ejecución de la feria o exposición

5.2.1. Inauguración

5.2.2. Comercialización de espacios

5.2.3. Monitoreo de actividades

5.3. Tercera etapa: Pos – feria. Evaluación y monitoreo

5.3.1. Desmontaje de instalaciones

5.3.2. Balance general

5.3.3. Memoria del evento

5.2.4. Evaluación del impacto del evento

5.2.5. Monitoreo de resultados con participantes

UNIDAD 6 EXPOSICIÓN DE PROYECTOS

Objetivo: Exponer un evento tipo exposición o feria.

ACTIVIDADES PRACTICAS

La práctica de aproximación consiste elaborar un proyecto de evento tipo feria o exposición, esto con base a tareas permanentes de investigación.

La práctica de profesionalización consiste en participar como personal de staff en 5 eventos profesionales, de preferencia tipo feria o exposición.

METODOLOGÍA

El diseño de este programa se realiza con base al modelo educativo por competencias, donde el aprendizaje se centra en el alumno en quien se fomenta:

- la cooperación e instrucción colectiva
- la relación teórico – práctica
- la comunicación efectiva entre alumno – docente
- la individualización del aprendizaje por medio del reconocimiento de las diferencias entre alumnos y sus formas para aprender.
- la motivación y el desarrollo de habilidades de aprendizaje

EVALUACIÓN

Indicadores	%
-------------	---

Práctica de Aproximación	60
--------------------------	----

Práctica de Profesionalización	20
--------------------------------	----

Lecturas y Tareas	20
Total	100
BIBLIOGRAFÍA	
Libro: La creatividad en los eventos. BARRIGA, Hidalgo, Amparo. (2010). Editorial: Protocolo. ISBN: 9788495789396 Libro: Marketing de eventos: estrategias claves para ferias, comerciales, presentaciones, conferencias y otros eventos. BARRY, Siskind. (2007). Editorial: Deusto, S. A. ISBN: 9788423423668 Libro: Mercadotecnia para exposiciones. CASAS Orencio, Efren (2010) Editorial: Universidad Anáhuac No. Ed México ISBN: 9786074012934 Libro: El abc en la organización de eventos. CUADRADO Esclap, Carmen; y Rodríguez Cuadrado, Ruth. (2017). Editorial: Fundación Confemetal. ISBN: 9788416671243 Libro: Organización integral de eventos: guía para organizar y dirigir exitosamente eventos presenciales, híbridos y virtuales (12ª. Edición) DI GÉNOVA, Antonio Ezequiel. (2024). Editorial: Ugerman Editor. ISBN: 9786316614032 Libro: Eventos y protocolo. La gestión estratégica de actos corporativos e institucionales. JIMÉNEZ - Morales, Mònika; y Panizo Alonso, Julio M. (2019). Editorial: Universitat Oberta de Catalunya (UOC) ISBN: 9788491166955 Libro: Diseño de eventos: innovación y creatividad. KRAUEL, Jacobo. (2009). Editorial: Leading International KeyServices. ISBN: 9788492796076 Libro: Ferias Comerciales: como organizarlas y participar en ellas con éxito. LERMA Kirchner, Alejandro E. (2013) Editorial: Alfa omega No. Ed 1ed. México ISBN: 9786077075189 Libro: Eventos, reuniones y banquetes: Organización, gestión y comercialización de los servicios contratados en un establecimiento de calidad. MESALLES, Lluís. (2003). Editorial: LAERTES. ISBN: 9788475844947 Libro: Organización de reuniones y eventos Montedeoca López, Remedios. (2024). Editorial: IC Editorial 9788411842792 El ABC del turismo de reuniones y eventos. NARDINE, Arnoldo. (2014). Editorial: El Trébol. ISBN: 9786124221125	

Libro: Diseño de Exposiciones. LOCKHER, Pam (2011) Editorial: Gustavo Gili No. Ed España ISBN: 9788425224157 Libro: Planificación estratégica de las ferias comerciales. MORENO Sánchez, María de Fátima (2006) Editorial: Universidad Rey Juan Carlos No. Ed México ISBN: 8497728084 Libro: Estrategias de Marketing Ferial. NAVARRO García, Fernando (2001) Editorial: ESIC No. Ed España ISBN: 8473562704 Libro: Gestión de Oficinas de Turismo. ORIOL Miralbell, Izard (2007) Editorial: Universidad de Catalunya No. Ed Barcelona ISBN: 9788497885751 Libro: Protocolo y organización de eventos. OTERO Alvarado María T. (2019). Editorial: Universidad Oberta de Catalunya (UOC) ISBN: 9788497888134 Libro: Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones. SÁNCHEZ González, Dolores. (2017). Editorial: Síntesis. ISBN: 9788491710684 Libro: Técnicas de organización de eventos. SÁNCHEZ González, Dolores. (2016). Editorial: Síntesis. ISBN: 9788490774298 Libro: Gestión de Eventos Feriales: Diseño y Organización. TREVINO, Yolanda (2006) Editorial: Síntesis No. Ed Madrid ISBN: 8497564006 Libro: Turismo de Reuniones: Convenciones, Incentivos, Congresos y Exposiciones. YARTO, Eduardo (2017) Editorial: Trillas. ISBN: 9786071728647 Libro: Destinos turísticos de reuniones: Desarrollo de nueva oferta: Proceso comercial y universos de compradores: Marketing de destinos de reuniones. YARTO Aponte, Eduardo. (2015). Editorial: Trillas. ISBN: 9786071723840
PERFIL DEL PROFESOR
Dominio de la materia.- experiencia profesional.- capacidad docente (saber impartir la materia dentro de un ambiente de confianza y cordialidad, que permita al alumno alcanzar un desarrollo profesional y personal idóneo).
NOMBRE DE LOS DOCENTES QUE IMPARTEN LA ASIGNATURA

Libro: Producción de espectáculos y eventos. Planificación y gestión
López Ligeró, Mar. (2024). Editorial: Editorial UOC.

ISBN: 9788411660259

Libro: Marketing de eventos: estrategias claves para ferias, comerciales, presentaciones, conferencias y otros eventos.
BARRY, Siskind. (2007). Editorial: Deusto, S. A.

ISBN: 9788423423668

Libro: Mercadotecnia para exposiciones.
CASAS Orencio, Efren (2010) Editorial: Universidad Anáhuac No. Ed México

ISBN: 9786074012934

Libro: El abc en la organización de eventos.
CUADRADO Esclap, Carmen; y Rodríguez Cuadrado, Ruth. (2017). Editorial: Fundación Confemetal.

ISBN: 9788416671243

Libro: Organización integral de eventos: guía para organizar y dirigir exitosamente eventos presenciales, híbridos y virtuales (12ª. Edición)
DI GÉNOVA, Antonio Ezequiel. (2024). Editorial: Ugerman Editor.

ISBN: 9786316614032

Libro: Eventos y protocolo. La gestión estratégica de actos corporativos e institucionales.
JIMÉNEZ - Morales, Mónica; y Panizo Alonso, Julio M. (2019). Editorial: Universitat Oberta de Catalunya (UOC)

ISBN: 9788491166955

Libro: Diseño de eventos: innovación y creatividad.
KRAUEL, Jacobo. (2009). Editorial: Leading International Key Services.

ISBN: 9788492796076

Libro: Ferias Comerciales: como organizarlas y participar en ellas con éxito.
LERMA Kirchner, Alejandro E. (2013) Editorial: Alfa omega No. Ed 1ed. México

ISBN: 9786077075189

Libro: Planificación de la comunicación de eventos: estrategia e innovación en tiempos de inmediatez
Ato, Óscar - Sabater Quinto, Federico (2020). Editorial: Editorial UOC.

ISBN: 9788491807605

Libro: Organización de reuniones y eventos
Montedeoca López, Remedios. (2024). Editorial: IC Editorial

9788411842792

El ABC del turismo de reuniones y eventos.
NARDINE, Arnoldo. (2014). Editorial: El Trébol.

ISBN: 9786124221125

Libro: Diseño de Exposiciones.
LOCKHER, Pam (2011) Editorial: Gustavo Gili No. Ed España

ISBN: 9788425224157

Libro: Planificación estratégica de las ferias comerciales.
MORENO Sánchez, María de Fátima (2015) Editorial: Dykinson. Ed México

ISBN: 9788499826752

Libro: Estrategias de Marketing Ferial.
NAVARRO García, Fernando (2001) Editorial: ESIC No. Ed España

ISBN: 8473562704

Libro: Gestión de Oficinas de Turismo.
ORIOL Miralbell, Izard (2013) Editorial: Editorial UOC

ISBN: 9788490293843

Libro: Protocolo y organización de eventos.
OTERO Alvarado María T. (2019). Editorial: Universidad Oberta de Catalunya (UOC)

ISBN: 9788497888134

Libro: Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones.
SÁNCHEZ González, Dolores. (2017). Editorial: Síntesis.

ISBN: 9788491710684

Libro: Técnicas de organización de eventos.
SÁNCHEZ González, Dolores. (2016). Editorial: Síntesis.

ISBN: 9788490774298

Libro: Turismo de reuniones: mercado, marketing y gestión de destinos.
Nardone, Arnaldo (2019) Editorial: Ugerman Editor
ISBN: 9789879468739

Libro: Turismo de Reuniones: Convenciones, Incentivos, Congresos y Exposiciones.
YARTO, Eduardo (2017) Editorial: Trillas.

ISBN: 9786071728647

Libro: Destinos turísticos de reuniones: Desarrollo de nueva oferta: Proceso comercial y universos de compradores: Marketing de destinos de reuniones.
YARTO Aponte, Eduardo. (2015). Editorial: Trillas.

ISBN: 9786071723840

Quintero Villa José Manuel
Código: 9319948
Hernández Real Martha Cristina
Código: 8821151

LUGAR Y FECHA DE SU APROBACIÓN

Este programa se aprobó en la ciudad de Zapopan, Jalisco, el día 14 de enero de 2016

Participantes:

Mtro. José Manuel Quintero Villa
Mtro. Alfonso Miguel Padilla Ojeda

Actualización del programa: 27 de enero de 2025. Docentes participantes:

Mtro. José Manuel Quintero Villa.
Código: 9319948
Dra. Martha Cristina Hernández Real
Código: 8821151

INSTANCIAS QUE APROBARON EL PROGRAMA

Academia de Gestión Turística. Colegio Departamental del Departamento de Turismo, Recreación y Servicio.

ARCHIVO (DOCUMENTO FIRMADO)



Mtro. Carlos Eduardo Flores Cárdenas
Jefe del Departamento de Turismo, Recreación y Servicios

Mtro. José Manuel Quintero Villa
Presidente de la Academia de Gestión Turística