

ETAPA	DESCRIPCIÓN	HORAS
<b>Módulo 1</b>	<p><b>Fundamentos de la cadena de valor de la industria de reuniones (meetings)</b></p> <p>Características y evolución de los principales actores del turismo de reuniones. Análisis de los factores generadores de los cambios, dinámica actual y retos futuros. Aprendizaje de las mejores prácticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sector Público</li> <li>• Sector Privado</li> <li>• Burós</li> <li>• OPC</li> <li>• Hoteles y Sedes</li> <li>• DMC</li> <li>• Servicios Complementarios</li> </ul>	6
<b>Módulo 2</b>	<p><b>Atracción de eventos y postulaciones de sede (Seminario Taller Internacional)</b></p> <p>Estrategias efectivas para la atracción de eventos y postulaciones de sede, a través del conocimiento a detalle del destino, las tendencias del mercado gremial y corporativo, los ciclos de venta de un evento de acuerdo a su tipología, del desarrollo y preparación de candidaturas de sede y la aplicación de mejores prácticas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El Destino como sede de eventos</li> <li>▪ Oportunidades de venta en nuevos mercados</li> <li>▪ Las etapas básicas del proceso de postulación de sede</li> <li>▪ Marketing de destinos con foco al turismo de reuniones</li> </ul>	20
<b>Módulo 3</b>	<p><b>Módulo 3: El proceso comercial de la industria de reuniones</b></p> <p>Principales aspectos de la comercialización en el turismo de reuniones, incluyendo segmentación, canales, posicionamiento de la marca y definiciones de precio. Evolución de los segmentos y tendencias actuales de la industria de reuniones y consideraciones para una comercialización efectiva.</p> <p>A. Segmentos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Corporativo</li> <li>• Eventos del Estado / Internacionales</li> <li>• Asociaciones</li> <li>• Ferias</li> <li>• Eventos Sociales y Deportivos</li> <li>• Principales tendencias</li> </ul> <p>B. Estrategia comercial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marca</li> <li>• Precio</li> </ul>	15

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales</li> <li>• El valor de la Segmentación</li> </ul>	
<b>Módulo 4</b>	<p><b>Gestión en la organización de eventos</b> Planificación estratégica para el logro de objetivos comerciales, calidad de servicio y competitividad. Presentación de herramientas de gestión internas y externas. Gestión humana: perfiles, retos y buenas prácticas empresariales. Tecnología e innovaciones en la industria de reuniones.</p> <p>A. Planificación y Dirección</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Etapas de la gestión</li> <li>• Controles</li> </ul> <p>B. Herramientas de Gestión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internas</li> <li>• Externas</li> </ul> <p>C. Exposiciones de profesionales de la industria de reuniones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buró de Convenciones, Hoteles (Gerencia de Eventos) , DMC,</li> <li>• Servicios Complementarios, Tecnología , Gerente de Sede</li> <li>• Retos de la industria de Reuniones</li> </ul> <p>D. Gestión Humana</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Perfiles</li> <li>• Retos y buenas prácticas empresariales</li> </ul> <p>E. Tecnología e Innovación en la industria de reuniones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnología en las distintas etapas de la gestión del evento</li> </ul> <p>F. Certificaciones en la industria de reuniones</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alternativas actuales</li> </ul> <p>G. Indicadores en gestión</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo lo hacemos?</li> <li>• Objetivos de la medición</li> </ul> <p>H. Presentación de Trabajo Grupal</p>	27
<b>TOTAL:</b>		<b>68</b>