

ETAPA	DESCRIPCIÓN	HORAS
Módulo 1	<p>Fundamentos de la cadena de valor de la industria de reuniones (meetings)</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"> • Sector Público • Sector Privado • Burós • OPC • Hoteles y Sedes • DMC • Servicios Complementarios 	6
Módulo 2	<p>Atracción de eventos y postulaciones de sede (Seminario Taller Internacional)</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"> ▪ El Destino como sede de eventos ▪ Oportunidades de venta en nuevos mercados ▪ Las etapas básicas del proceso de postulación de sede ▪ Marketing de destinos con foco al turismo de reuniones 	20
Módulo 3	<p>Módulo 3: El proceso comercial de la industria de reuniones</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"> • Corporativo • Eventos del Estado / Internacionales • Asociaciones • Ferias • Eventos Sociales y Deportivos • Principales tendencias <p>B. Estrategia comercial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marca • Precio 	15

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