



Guía Docente

Workshop Innovación en la Organización de Ferias Comerciales

Datos del Workshop	TIPO	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA	CURSO
	OP	2	Consultar programación	100%	Catalán / Castellano	2024-25

Los *workshops* son actividades formativas que el estudiante puede escoger entre una amplia oferta presentada por la Escuela cada curso académico. Su metodología es eminentemente **práctica** y se organizan en **grupos reducidos**.

Esta guía docente es susceptible de ser modificada por causa de fuerza mayor o sobrevenida.

Descriptor

Las ferias comerciales son productos que deben evolucionar e innovar como todos los demás. La agregación de valor a los clientes, en este caso a expositores y visitantes, pasa por incorporar nuevos formatos más allá de la exposición. NEBEXT, el mayor organizador privado de ferias en España diseña ferias, conferencias y *summits* en sus eventos. La empresa se ha comprometido en ofrecer a sus socios, expositores, visitantes, ponentes e instituciones toda la innovación, tecnologías y soluciones de sostenibilidad para que sean más competitivos y transformar sus empresas en organizaciones innovadoras e inteligentes.

Contenido

Tema 1:

- ✓ Innovación en las ferias comerciales: introducción a un nuevo modelo.
- ✓ Tecnología e Innovación en Eventos Profesionales.

Tema 2:

- ✓ Sostenibilidad en Eventos Profesionales.
- ✓ Organización de Ferias.
- ✓ Conclusiones del *workshop*.

Sistema de Evaluación

EVALUACIÓN

- La evaluación es el proceso mediante el cual se calibra el resultado del aprendizaje del/de la estudiante.
- La puntuación mínima para superar cualquier *workshop* es un 5,00. Solamente los *workshops* superados son susceptibles de reconocimiento.
- Cualquier tipo de trabajo alternativo no tendrá efecto sobre la evaluación.

Para el adecuado desarrollo de la evaluación, **el/la estudiante**

SE COMPROMETE:

- **A la lectura, comprensión y estudio de la totalidad del material facilitado.**
- **A la autoría de sus trabajos y ejercicios.**

*Se aplicarán programas de prevención de plagio. La detección de esta infracción en un 20% o más del material comportará una calificación final de **cero** y puede dar paso a actuaciones disciplinarias por parte de la Escuela.*



- **A la correcció ortogràfica, sintàctica i lèxica del material presentado.** Estos elementos forman parte intrínseca de la evaluación.
- **A elaborar los contenidos de acuerdo con los criterios establecidos por el centro y/o el profesorado para cada uno de los elementos de evaluación.**
- **A realizar toda entrega dentro del plazo establecido y exclusivamente a través de Moodle.**
- **A comunicarse con el/la docente exclusivamente:**
 - **Vía Moodle.**
 - **Personalmente en el aula.**

EVALUACIÓN CONTINUADA

Considerando la naturaleza eminentemente práctica y el aprendizaje gradual propio de las actividades realizadas en los *Workshops*, **no se contemplan ni la modalidad de evaluación única ni tampoco la reevaluación.**

ELEMENTOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR PONDERADO
Clases magistrales (obligatorias)	Asistencia con participación pertinente y significativa como mínimo en el 80% de las sesiones. Para la calificación final, se realizará la media ponderada de los otros dos elementos EXCLUSIVAMENTE si se cumple este requisito.	Apto/ No apto
Actividad formativa individual (obligatoria)	Cada estudiante responderá, por escrito y según las pautas establecidas, a las preguntas planteadas por el/la docente. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	70%
Actividad formativa colaborativa de un máximo de 5 estudiantes. (obligatoria)	Los equipos entregarán una propuesta de organización de una feria basándose en el modelo aprendido en clase. Esta actividad es susceptible de ser presentada en clase.	30%

Bibliografía

- Asociación de Ferias de España, www.afe.es
- AUMA, Asociación Alemana de Ferias, www.auma.de
- Blythe, J. (2009). Trade fairs as communication: a new model. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 25(1), 57-62.
- Fira Barcelona, www.firabarcelona.com
- Frost, W., & Laing, J. (Eds.). (2017). *Exhibitions, trade fairs and industrial events*. Routledge.



ESCOLA SUPERIOR DE
RELACIONS PÚBLIQUES

centre
adscriu



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

IFEMA, www.ifema.es

Silva, P. M., Vale, V. T., & Moutinho, V. F. (2021, June). Trade fairs as an intelligence process: the perspective of companies/exhibitors. In *Journal of Convention & Event Tourism* (Vol. 22, No. 3, pp. 242-270). Routledge.

Süygün, M. S. (2021). The future of trade fairs after the COVID-19 pandemic. In *Impact of global issues on international trade* (pp. 174-190). IGI Global.

UFI, The global association of the exhibition industry, www.ufi.org