UNIVERSIDAD NACIONAL
"JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN"

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

SÍLABO POR COMPETENCIA

ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS Y EVENTOS

Mg. Miguel Angel Romero Baldeón

2026 – II

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	GESTIÓN TURÍSTICA
Semestre Académico	2026 - II
Código del Curso	44451
Créditos	04
Horas Semanales	Hrs. Totales: _05_ Teóricas _03_ Practicas__02___
Ciclo	VIII
Sección	A
Apellidos y Nombres del Docente	Romero Baldeón Miguel Angel
Correo Institucional	mromerob@unjfsc.edu.pe
N° De Celular	980888919

II. SUMILLA

El curso es teórico –práctico que permite al estudiante aplicar los conocimientos de organización para llevar a cabo diferentes tipos de eventos sociales, culturales, deportivos etc. del quehacer turístico y la importancia que tiene la programación de los eventos en el desarrollo de turismo; orientándolos a crear empresas organizadoras de congresos y eventos y espectáculos de carácter turístico.

COMPETENCIAS: Organiza y planifica congresos y eventos capaces de crear empresas de ésta índole y de esta manera coadyuvar y promocionar el turismo en la región y en el Perú

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	El mercado de reuniones, congresos e incentivos ha repercutido notablemente en el mercado turístico que se ve reflejado en la generación de ingresos económicos por el elevado gasto que éste genera, convirtiéndola en una de las más importantes que emplea de forma directa e indirecta a muchas personas.	INTRODUCCIÓN AL MERCADO DE REUNIONES	**1-4**
UNIDAD II	Se distinguen diversos eventos y montajes de acuerdo a la clasificación por objetivos de los mismos, los mismos que surgen de ocasiones no rutinarias, con fines de ocio, culturales, personales u organizativos, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o generar experiencias en un grupo de personas.	CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS POR OBJETIVOS	**5-8**
UNIDAD III	Con el objetivo de eliminar la improvisación y, de organizar eventos en base a las normas de protocolo establecidas, el organizador de eventos debe ocuparse de todos los pormenores que atañen al acontecimiento, a fin de satisfacer al cliente, identificando críticamente cada una de las fases de evento como: planificación, ejecución y evaluación de un evento.	PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN PRE Y POST EVENTO	**9-12**
UNIDAD IV	Todo proyecto que se desarrolle con el objetivo de transmitir un mensaje, necesita la participación de los medios de comunicación tradicional o digital a través de una estrategia comunicacional que permita aumentar exponencialmente la transmisión de dicho evento.	DIFUSIÓN, PUBLICIDAD Y PRENSA	**13-16**

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

Número	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	**Explica** las definiciones básicas empleadas durante la organización del evento.
2	**Describe** el perfil del organizador del evento.
3	**Explica** las etapas del proceso de planificación y organización del evento.
4	**Analiza** los diversos instrumentos para la dirección y control del evento.
5	**Analiza** las características de cada uno de los eventos.
6	**Identifica** los cada uno de los equipos necesarios para el montaje de un evento.
7	**Reconoce** las principales funciones del área de protocolo de un evento.
8	**Desarrolla** un evento académico.
9	**Explica** el desarrollo del plan de un congreso.
10	**Analiza** el presupuesto del congreso.
11	**Aplica** los pasos para elaborar un plan de evento social e institucional y de relaciones públicas.
12	**Conoce** los pasos para elaborar un plan de logística, anfitrionaje, catering y servicio técnico.
13	**Ejecuta** el plan de marketing y de relaciones públicas para el evento.
14	**Analiza** la propuesta de un plan creativo de imagen corporativa.
15	**Aclara** los diferentes componentes de la organización de un evento académico.
16	**Explica** los resultados del evento académico.

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

<table>
<tr><td rowspan="7">Unidad Didáctica I: Introducción al mercado de reuniones</td><td colspan="5">CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: El mercado de reuniones, congresos e incentivos ha repercutido notablemente en el mercado turístico que se ve reflejado en la generación de ingresos económicos por el elevado gasto que éste genera, convirtiéndola en una de las más importantes que emplea de forma directa e indirecta a muchas personas.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Semana</td><td colspan="3">Contenidos</td><td rowspan="2">Estrategia didáctica</td><td rowspan="2">Indicadores de logro de la capacidad</td></tr>
<tr><td>Conceptual</td><td>Procedimental</td><td>Actitudinal</td></tr>
<tr><td>1</td><td rowspan="4">Conceptos de organización. Definición. Características del turismo de reuniones, las reuniones sociales y profesionales.

Perfil del organizador de evento

Perfil del evento. Etapas del proceso administrativo: planificación, organización, comité organizador.

Perfil del evento. Etapas del proceso administrativo: dirección y control del evento.</td><td>Sustenta las definiciones básicas que se emplean durante la organización de un evento e identifica las diferencias entre eventos sociales y profesionales.

Desarrolla el perfil del organizador del evento.

Identifica las etapas del proceso de planificación y organización del evento.

Conoce los diversos instrumentos para la dirección y control del evento.</td><td>Escucha atentamente sobre las definiciones básicas empleadas durante la organización del evento.

Reconoce el perfil del organizador del evento.

Pregunta por las etapas del proceso de planificación y organización del evento.

Observa críticamente los diversos instrumentos para la dirección y control del evento.</td><td>Explica de manera clara la evolución histórica de la organización de eventos y las características de las reuniones.

Explica la importancia del perfil del organizador de evento.

Explica el proceso de la organización de los eventos.

Explica la dirección y control de los eventos. .</td><td>Explica las definiciones básicas empleadas durante la organización del evento.

Describe el perfil del organizador del evento.

Explica las etapas del proceso de planificación y organización del evento.

Analiza los diversos instrumentos para la dirección y control del evento.</td></tr>
<tr><td>2</td></tr>
<tr><td>3</td></tr>
<tr><td>4</td></tr>
<tr><td colspan="5">EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA</td></tr>
<tr><td colspan="2">EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS</td><td colspan="2">EVIDENCIA DE PRODUCTO</td><td>EVIDENCIA DE DESEMPEÑO</td></tr>
<tr><td colspan="2">Evaluación escrita en la sesión N° 4 a través de un examen y las intervenciones orales.

Evaluación de los foros 1, 2 y 3.</td><td colspan="2">• Cuadro resumen de definición y características de eventos.
• Ficha de perfil del organizador de evento.
• Flujograma de proceso de planificación y organización del evento.
• Flujograma de proceso de dirección y control del evento.
• Respuestas de los foros1, 2 y 3.</td><td>El estudiante explica las definiciones básicas empleadas durante la organización del evento y describe el perfil del organizador del evento quien será el encargado de desarrollar las etapas del proceso de planificación, organización, dirección y control del evento.</td></tr>
</table>

Unidad Didáctica II: clasificación de los eventos por objetivos

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II: Se distinguen diversos eventos y montajes de acuerdo a la clasificación por objetivos de los mismos, los mismos que surgen de ocasiones no rutinarias, con fines de ocio, culturales, personales u organizativos, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o generar experiencias en un grupo de personas.

Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
5	Tipología de los eventos según objetivos de la organización: públicos o privados.	Elabora un mapa conceptual sobre la tipología de los eventos.	Debate sobre los tipos de eventos	Explica la importancia y características de los diferentes tipos de eventos.	**Analiza** las características de cada uno de los eventos.
6	Salas y montaje de acuerdo al tipo de evento. Instalaciones, equipos y montaje de salas para eventos.	Compone un check list sobre el montaje de acuerdo al tipo del evento.	Elabora en equipo un check list sobre el montaje de acuerdo al tipo de evento.	Investigación sobre el tema. Análisis y debate.	**Identifica** los cada uno de los equipos necesarios para el montaje de un evento.
7	Funciones principales del área de protocolo de un evento: invitados, distribución de invitados, etc.	Estructura la lista de invitados y su respectiva ubicación.	Colabora en el desarrollo de la lista de invitados y su respectiva ubicación.	Análisis interpretación de lectura.	**Reconoce** las principales funciones del área de protocolo de un evento.
8	Gestión de proveedores y servicios para un evento.	Conoce la gestión de proveedores y su importancia.	Reconoce los proveedores de un evento.	Análisis de lectura.	**Desarrolla las características de los proveedores de un evento.**.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
Evaluación escrita en la sesión N° 8 a través de un examen y exposiciones desarrolladas en clase. Evaluación de los foros 4, 5 y 6.	• Resumen sobre los tipos de eventos. • Check list sobre el montaje de acuerdo al tipo de evento. • Lista de invitados y ubicación dentro del evento. • Desarrollo de un evento académico. • Respuestas de los Foros 4, 5 y 6.	El estudiante analiza las características de cada uno de los eventos e identifica cada uno de los equipos necesarios para el montaje de un evento con el reconocimiento de las principales funciones del área de protocolo de un evento a fin de desarrollar un evento académico.

Unidad Didáctica III: planificación, ejecución y evaluación pre y post evento

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III: Con el objetivo de eliminar la improvisación y, de organizar eventos en base a las normas de protocolo establecidas, el organizador de eventos debe ocuparse de todos los pormenores que atañen al acontecimiento, a fin de satisfacer al cliente, identificando críticamente cada una de las fases de evento como: planificación, ejecución y evaluación de un evento.

Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
9	Planificación y organización de un evento: características del evento.	Planifica y organiza un evento.	Desarrolla críticamente la planificación y organización de un evento.	Exposición y debate.	**Explica** el desarrollo del plan de un evento.
10	Presupuesto y financiamiento de un evento.	Realiza el presupuesto de un evento.	Desarrolla participativamente el presupuesto de un evento.	Exposición y debate.	**Analiza** el presupuesto de un evento.
11	Planificación de un evento social e institucional. Plan de relaciones públicas.	Arma un plan de evento social e institucional y de relaciones públicas.	Observa los pasos para elaborar un plan de evento social e institucional y de relaciones públicas.	Exposición y debate.	**Aplica** los pasos para elaborar un plan de evento social e institucional y de relaciones públicas.
12	Logística, anfitrionaje, catering, servicio técnico de los eventos sociales y económicos.	Estructura un plan de logística, anfitrionaje, catering y servicio técnico.	Colabora en equipo la elaboración de un plan de logística, anfitrionaje, catering y servicio técnico.	Exposición y debate.	**Conoce** los pasos para elaborar un plan de logística, anfitrionaje, catering y servicio técnico.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
Evaluación escrita en la sesión N° 12 a través de un examen y las intervenciones desarrolladas en clase. Evaluación de los foros 7, 8 y 9.	• Plan de organización de un congreso. • Presupuesto del congreso. • Plan de evento social e institucional y de relaciones públicas. • Las respuestas de los Foros 7, 8 y 9.	El estudiante explica el desarrollo del plan de un congreso con el presupuesto. Además, el desarrollo de un plan de evento social e institucional y de relaciones públicas.

Unidad Didáctica IV: difusión, publicidad y prensa

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV: Todo proyecto que se desarrolle con el objetivo de transmitir un mensaje, necesita la participación de los medios de comunicación tradicional o digital a través de una estrategia comunicacional que permita aumentar exponencialmente la transmisión de dicho evento.

Semana	Contenidos			Estrategia didáctica	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	**Procedimental**	**Actitudinal**		
13	Marketing para el desarrollo de un evento.	Desarrolla el plan de marketing y de relaciones públicas para el evento	Debate críticamente el plan de marketing y de relaciones públicas para el evento.	Trabajo en equipo. Trabajo de campo	**Ejecuta** el plan de marketing y de relaciones públicas para el evento.
14	Creatividad e imagen corporativa	Propone un plan creativo de imagen corporativa	Dedica tiempo para desarrollar la propuesta de un plan creativo de imagen corporativa.	Trabajo en equipo. Trabajo de campo	**Analiza** la propuesta de un plan creativo de imagen corporativa.
15	Desarrollo del evento	Organiza el evento.	Aclara los componentes de la organización del evento.	Trabajo en equipo. Trabajo de campo	**Aclara** los diferentes componentes de la organización de un evento.
16	Justificación del evento	Expone los resultados del evento académico realizado.	Acepta las recomendaciones sobre los resultados del evento académico realizado.	Trabajo en equipo. Trabajo de campo.	**Explica** los resultados del evento.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	**EVIDENCIA DE PRODUCTO**	**EVIDENCIA DE DESEMPEÑO**
Evaluación escrita en la sesión N° 16 a través de un examen y exposiciones desarrolladas en clase. Evaluación de los foros 10, 11 y 12.	• Plan de marketing y de relaciones públicas. • Organización de un evento académico. • Las respuestas de los Foros 10, 11 y 12.	El estudiante planifica y ejecuta el plan de marketing y de relaciones públicas para el evento con una propuesta de plan creativo de imagen corporativa, aclarando diferentes componentes de la organización de un evento académico.

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. Medios escritos:

- Guía resumen por unidades
- Separatas con contenidos temáticos
- Fotocopia de textos selectos
- Libros seleccionados según bibliografía
- Revistas – periódicos

2. Medios visuales y electrónicos

- Proyector Multimedia

3. Medios Informáticos

- Internet
- Plataformas virtual de la facultad
- Programas de Enseñanza
- TIC´S

VII. EVALUACIÓN

La evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. EVIDENCIAS DE CONOCIMIENTO

La evaluación será a través de:

- Pruebas escritas a través de un examen y oral a través de las sesiones.
- Evaluación de los foros de puntos de vista.
- Exposición de argumentos sobre los trabajos académicos.
- Generación de lluvia de ideas.
- Presentación de entrevistas o documentales y el tour virtual a través de youtube.
- Las evaluaciones de este nivel serán de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.

2. EVIDENCIA DE DESEMPEÑO

- Aplicación de procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases virtuales.
- El estudiante conoce e identifica los diferentes temas tratados en clase y es capaz de discernir sobre el tema a través de la participación en clases en los debates y foros.
- El estudiante se comporta de una manera apropiada y respetuosa.

3. EVIDENCIAS DE PRODUCTO.

- Trabajos por módulos terminados
- Trabajo final de ciclo
- Controles de lectura
- Elaboración de videos.
- Foros de debate.
- Lluvia de idea.

La evaluación de producto de evidencia en la entrega oportuna de sus trabajos parciales y el trabajo final. Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de conocimiento	20 %	El ciclo académico comprende 4 módulos
Evaluación de producto	40 %	
Evaluación de desempeño	40 %	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4); calculado de la siguiente manera:

$$\mathbf{PF} = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$

VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

UNIDAD DIDÁCTICA I:

Jijena R. (2014). Como organizar eventos con éxito. Buenos Aires: Ugerman Editor. Segunda edición. ISBN: 978-987-9468-35-7.

Correas, G. (2018). Organización de congresos. Madrid. Escuela Internacional de Protocolo.

De la Serna, M; López-Cepero, M. Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones. Madrid: Editorial Síntesis S.A. ISBN: 978-84-9171-068-4

UNIDAD DIDÁCTICA II:

Jijena, R. (2001). Organización de eventos, problemas e imprevistos, soluciones y sugerencias. Buenos Aires: Urgeman.

Alacreu, J. (2003). Gestión de Banquetes. Madrid: Editorial Síntesis.

Barrer, A. (2003). Como Dirigir reuniones. Barcelona: Editorial Gedisa.

UNIDAD DIDÁCTICA III:

Sánchez O. Protocolo, comunicación y seguridad en la organización de eventos. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.

UNIDAD DIDÁCTICA IV:

Jimenez M; San Eugenio J. (2009) La organización de eventos como estrategia identitaria y evocadora de imagen turística. Estudio de caso: Girona Temps de Flors. Madrid. Revista Pasos. Volumen 7, número 1, p. 73-84.

IX. PROBLEMAS QUE EL ESTUDIANTE RESOLVERÁ AL FINALIZAR EL CURSO

MAGNITUD CAUSAL OBJETO DEL PROBLEMA	ACCIÓN MÉTRICA DE VINCULACIÓN	CONSECUENCIA MÉTRICA VINCULANTE DE LA ACCIÓN
Desconocimiento sobre el mercado de reuniones, congresos e incentivos que ha repercutido notablemente en el mercado turístico	Explicar y analizar el mercado de reuniones, congresos e incentivos que ha repercutido notablemente en el mercado nacional e internacional del sector turístico.	Comprensión sobre el mercado de reuniones, congresos e incentivos que ha repercutido notablemente en el mercado turístico
Desconocimiento sobre los diversos eventos y montajes con fines de ocio, culturales, personales y académicos.	Estudiar y analizar los diversos eventos y montajes con fines de ocio, culturales, personales y académicos.	Comprensión sobre los diversos eventos y montajes con fines de ocio, culturales, personales y académicos.
Dificultades para identificar críticamente cada una de las fases de un evento como: planificación, ejecución y evaluación de un evento.	Desarrollar metodologías para conocer cada una de las fases de un evento como: planificación, ejecución y evaluación de un evento.	Mejorar los procesos para para identificar cada una de las fases de un evento como: planificación, ejecución y evaluación de un evento.
Dificultades para identificar los medios de comunicación tradicional o digital que permitan aumentar exponencialmente la transmisión de un evento.	Estudiar y analizar los medios de comunicación tradicional o digital que permitan aumentar exponencialmente la transmisión de un evento.	Mejorar los canales de medios de comunicación tradicional o digital que permitan aumentar exponencialmente la transmisión de un evento.

Huacho, Agosto del 2026.

Universidad Nacional
"José Faustino Sánchez Carrión

DOCENTE DE LA ASIGNATURA
Mg. Miguel Angel Romero Baldeón