Introducción

España ocupa actualmente una de las primeras posiciones como destino turístico a nivel mundial. Ante el aumento exponencial de nuevos destinos competidores es esencial la especialización en los distintos subsectores de la actividad, donde destaca por sus especiales características el Turismo de Reuniones.

Este segmento del turismo es el único que afronta, como pocos, dos retos claves de nuestro sector: acabar con la estacionalidad y generar un impacto económico positivo y real en los destinos. Para mejorar nuestra competitividad necesitamos contar con profesionales preparados y altamente cualificados que puedan dar respuesta a las necesidades específicas de este sector y a los integrantes que lo componen.

España, por su buena infraestructura y un atractivo indiscutible, juega desde hace años un rol importante en este segmento a nivel internacional ocupando el tercer puesto en el ranking de países por número de congresos internacionales celebrados teniendo varios destinos de alta calidad y competitividad.

En la última década el segmento del turismo de reuniones ha experimentado una mayor profesionalización que ha transformado este vehículo de comunicación en un negocio muy atractivo y rentable para las ciudades que acogen estos eventos originando una indiscutible repercusión económica en el destino. Se trata de un sector en auge y constante evolución que abre la puerta a nuevas carreras profesionales.

Los congresos y las reuniones profesionales tienen un fuerte impacto en el mundo de los negocios, social y cultural. El intercambio de conocimientos, la formación de colectivos profesionales, el networking, la búsqueda de resultados y consenso, así como llegar a acuerdos profesionales, sociales y políticos hacen que sean una plataforma imprescindible de comunicación.

El MOCE se renueva ante la creciente necesidad de incorporar profesionales con un alto nivel de formación práctica, y no sólo académica, a todas las instituciones y empresas privadas que componen el segmento del Turismo de Reuniones.

Este segmento ha experimentado en los últimos años una constante evolución, debido precisamente al aumento de la competitividad entre los destinos y entre

las organizaciones, así como al desarrollo de las nuevas tecnologías y nuevos modelos de negocio. El crecimiento de este sector ha provocado un notable aumento de la demanda de profesionales que conozcan las claves de esta industria en todos sus ámbitos.

Como respuesta a la demanda latente y a las necesidades del mercado, y con el objetivo de abordar y profundizar desde un punto de vista práctico en todos los segmentos del Turismo de Reuniones, hemos rediseñado el MOCE.

Hemos realizado un importante esfuerzo a la hora de diseñar el programa de este Máster, con el fin de ofrecer una formación lo más adecuada posible a las necesidades de los participantes. Se trata de un Máster eminentemente práctico a través del cual se pretende dotar a los participantes de los conocimientos y las herramientas necesarios para afrontar el día a día en cualquiera de las empresas o instituciones de este importante sector.

Para ello, se contará con un claustro de profesores formado por algunos de los mejores profesionales del sector así como con el apoyo de las asociaciones más relevantes a nivel nacional e internacional que aportarán todos sus conocimientos y experiencia.

10 RAZONES PARA ESTUDIAR EL MOCE

Su exclusividad

Es “único” en contenido, temario y ponentes. No existe otro Máster en España que englobe a todos los mercados de clientes y proveedores del segmento del Turismo de Reuniones.

Eminentemente práctico

El contenido de las clases se enfoca exclusivamente a la práctica, a exponer la realidad del mercado con casos reales. El MOCE pone a disposición de los alumnos conocer y tratar a expertos del sector, que pueden ser de gran ayuda e influencia para su futura carrera profesional.

Alta relación calidad/precio

El MOCE ofrece un paquete formativo con una excelente relación calidad/precio. Ha conseguido unir en el claustro de profesores una selección de algunos expertos más relevantes del sector a nivel europeo y nacional con el objetivo de formar una nueva generación de profesionales que añadan un alto valor a este segmento estratégico.

Formación de vanguardia

El segmento del turismo de reuniones se ha convertido en una muy importante fuente de ingresos para el sector asociativo que busca una optimización del resultado económico y un mayor retorno de inversión y objetivos para sus “participantes”. Para ello hace falta un alto conocimiento financiero y fiscal así como de gestión e innovación. Todo ello hace que el MOCE sea la plataforma académica idónea combinando la teoría y la práctica con un claustro de profesores de altísimo nivel. La experiencia y conocimientos de profesionales que están ocupando puestos ejecutivos en compañías líderes del sector hacen que el MOCE sea la referencia para todas las personas que desean desarrollarse profesionalmente en este sector estratégico.

Valor añadido

La actual situación laboral ha generado una "inflación de títulos" que no aportan valor real al CV de los titulados. En el MOCE se parte de presupuestos distintos en donde se trabaja desde la empresa hacia la realidad y no desde otra perspectiva. Frente al constante aumento de la exigencia en el mundo laboral,

el MOCE será un un factor diferenciador en el currículo a la hora de conseguir el trabajo deseado.

La formación es necesaria

La formación es un proceso que suministra herramientas que permiten estar a la vanguardia no sólo a nivel técnico, sino también de las nuevas tendencias relacionadas con la gestión del negocio. Asimismo, es una oportunidad de intercambio con otros profesionales del mercado permitiendo compartir las mejores prácticas. La capacitación debe ser parte de la construcción de la estrategia de servicios de la organización y no sólo una entrega de contenidos, una formalidad. La capacitación tiene un fuerte impacto en la calidad de la gestión, así como en los resultados del negocio. Por esa razón, en el MOCE el punto de partida es el negocio, y la formación es sólo un medio.

Poner en valor el talento

En nuestros días se está iniciando una nueva época denominada como la Era del Talento, es decir, el tiempo en que el capital y la tecnología ya no son suficientes para que una organización se mantenga vigente y sobreviva en el entorno globalizado de hoy, sino que ahora es indispensable contar con capacidad de innovación y talento, sobre todo en la generación de espacios para el desarrollo de equipos de alto rendimiento. Desarrollar el talento implica el acrecentar la especialización respecto a la ocupación.

Es el momento

El momento apropiado de formar equipos de alto rendimiento se pone en marcha cuando el funcionamiento de un equipo de trabajo no permite lograr las metas esperadas. Cuando las personas que lideran un grupo no saben cómo desarrollar las conductas apropiadas; cuando el clima laboral y/o la productividad del grupo no son óptimos; cuando se necesita formar nuevos equipos para tareas específicas; cuando dos o más equipos deben interrelacionarse para producir un resultado eficaz.

Los equipos de alto rendimiento se forman entendiendo el funcionamiento y desarrollo grupal e identificando las conductas de liderazgo apropiadas a las diferentes situaciones que se le presentan en el desarrollo de la ocupación.

La sinergia es imprescindible

La sinergia es una herramienta estratégica para la estructuración de equipos de trabajo de alto rendimiento. En estrategia empresarial se define la sinergia con la expresión 2+2=5 para indicar que la combinación de dos o más factores produce un efecto conjunto superior a la suma de sus efectos aisladamente considerados. Cuando la sinergia se administra positivamente existe un alineamiento total de los miembros de los equipos de trabajo; de esta forma se pueden aprovechar al máximo los diferentes talentos de las personas, utilizando en conjunto los procesos de creatividad e innovación, y garantizando la consecución de unos resultados de alta calidad.

Alta demanda de profesionales cualificados con experiencia contrastada

Un alto porcentaje de los alumnos del MOCE mejorarán sus habilidades profesionales y podrán desarrollar sus carreras en un amplio abanico de empresas e instituciones de este segmento.

PROGRAMA DE ESTUDIOS

Módulo 1: Segmentos turismo de reuniones

- Asociativo
- Corporativo
- Gubernamental/Institucional
- Ferias Itinerantes
- Asociaciones del sector del Turismo de Reuniones a nivel nacional e internacional

Módulo 2:
Gestión de la innovación, project management y estrategia empresarial

- Innovación: Mitos y realidades
- Responsabilidad del directivo
- Las 7 reglas de la innovación
- Creatividad e innovación en la empresa
- Mapas de la innovación (Áreas y Tipos)
- Protección de la innovación
- Decidir estrategias de Innovación (Tipos de estrategia)
- Organización y gestión aplicada a la Innovación (Organizar para Innovar)
- ¿Cómo equilibrar creatividad y rentabilidad?
- Externacionalización e Innovación
- Integrar la Innovación dentro de la organización

Módulo 3: Dirección financiera y control presupuestario

- El presupuesto de un evento y su control presupuestario
- Gestión económica
- Entorno económico y legislativo
- Gestión de proveedores
- Análisis económico del turismo de reuniones
- Fiscalidad en eventos
- Análisis estratégico para el lanzamiento de un proyecto

Módulo 4: Gestión de destinos para el segmento del Turismo de Reuniones

- Plan de marketing y estrategia para el turismo de reuniones desde la perspectiva de un destino regional. El caso de Turespaña
- Plan de marketing y estrategia para el turismo de reuniones desde la perspectiva de un destino regional. El caso de Turismo Andaluz
- Plan de marketing y estrategia para el turismo de reuniones desde la perspectiva de un destino provincial. El caso de Prodetur
- Plan de marketing y estrategia para el turismo de reuniones desde la perspectiva de una ciudad. El caso del Sevilla Congress & Convention Bureau
- Plan de marketing y estrategia para el turismo de reuniones desde la perspectiva de una ciudad. El caso del Málaga Convention Bureau
- El rol del Convention Bureau (CB) y la promoción de destinos para el segmento del Turismo de Reuniones:

    - La estructura y funcionamiento de un CB
    - Los objetivos y las tareas del CB
    - La colaboración con sus miembros
    - Acciones promocionales

- Conceptos estratégicos de marketing para destinos turísticos
- El marketing-mix del responsable de promoción de un destino
- Elaboración del plan de marketing y su seguimiento
- "Ambassadors Programme". Casos de éxito nacionales e internacionales

Módulo 5: Gestión de palacios de congresos para el segmento del Turismo de Reuniones

- Modelos de gestión de palacios de congresos (propiedad, alquiler franquicia, gestión). Análisis del ROI a corto, medio y largo plazo en función de cada modelo
- Otros usos de los espacios de un palacio de congresos (auditorio, ferias, actos sociales y otros)
- Segmentación de los mercados y sus características. El business-mix de un palacio de congresos
- Canales de distribución y venta directa
- El rol del Palacio de Congresos en la promoción de un destino
- Cadena de procesos internos para un evento-congreso. Comunicación interdepartamental y sus responsabilidades desde la confirmación del evento hasta su cierre

- Modelos de contrato para congresos y eventos
- La valoración interna de un potencial negocio
- Proveedores oficiales y su impacto en la calidad del servicio
- Casos prácticos que hayan mejorado el posicionamiento de un palacio de congresos
- Yield and Revenue Management

Módulo 6: Gestión de hoteles para el segmento del Turismo de Reuniones

- Modelos de gestión hotelera (propiedad, alquiler franquicia, gestión). Análisis del ROI a corto, medio y largo plazo en función de cada modelo
- Hotel sede del evento versus hotel que ofrece sólo alojamiento
- Segmentación de los mercados y sus características. El business-mix del hotel
- Canales de distribución y venta directa
- Cadena de procesos internos para un evento-congreso. Comunicación interdepartamental y sus responsabilidades desde la confirmación del evento hasta su cierre
- Modelos de contrato para congresos y eventos
- La valoración interna de un potencial negocio
- Servicios externos prestados por el hotel (catering, traslados, excursiones)
- Casos prácticos que hayan mejorado el posicionamiento del hotel
- Análisis de proveedores y su impacto en la calidad del servicio
- Yield and Revenue Management

Módulo 7: Liderazgo de Equipos y Desarrollo Directivo

- El rol de líder en las organizaciones
- El contrato psicológico
- Introducción al concepto y teorías del liderazgo
    - Desarrollo de competencias emocionales para el liderazgo
    - Autoconocimiento y sistemas de creencias, el modelo del observador
    - Autocontrol emocional y automotivación
    - Empatía y escucha activa
    - Gestión de las relaciones sociales
    - Influencia personal y motivación de equipos
    - Dominio de la visión, comunicación y automotivación
- Introducción al concepto y teorías de la motivación
- Liderazgo y motivación de equipos

Módulo 8: Organización profesional de congresos y eventos

- El rol del Organizador Profesional de Congresos (pasado, presente, futuro)
- Core PCO
- Association Management Companies
- La importancia del research para alcanzar una ventaja competitiva
- Captación de congresos
- Herramientas de comunicación con el cliente
- Las relaciones con el Comité Organizador
- Presentación de candidaturas nacionales e internacionales
- Planificación de un congreso / Plan de acciones
- Creación de la imagen y promoción de un congreso
- Proceso de inscripciones
- El programa científico y coordinación de trabajos científicos presentados
- Gestión de alojamiento en congresos. Análisis de áreas de conflictos
- Búsqueda de patrocinadores y gestión de la exposición comercial
- Gestión y producción de programa sociales para congresos y eventos

    - La importancia del programa social para los congresos y eventos
    - Ventajas y claves de éxito del programa social de un evento. Marketing emocional y valor añadido
    - Tipologías de programas sociales (del personal shopper al team building)
    - Targets y casos de éxito
    - Fases de un programa social, del briefing a la ejecución, pasando por el diseño, presentación y producción
    - Ingredientes y proveedores del programa social
    - Cómo diseñar y presentar un programa social de éxito

- Modelos de contrato y seguros
- Crisis Management
- Las nuevas tecnologías y su influencia en la organización profesional de congresos y eventos
- Análisis DAFO del turismo de reuniones y su progresión en el futuro
- Responsabilidad social empresarial
- Green Events
- Marketing 2.0 aplicado a congresos y eventos
- Código ético de la industria farmacéutica

Módulo 9: Cadena de Suministro y Proveedores

Análisis del modelo de negocio y estrategia empresarial para el segmento del Turismo de Reuniones de los siguientes proveedores estratégicos:

- Compañías Aéreas (Alianzas Estratégicas)
- RENFE
- Catering
- Medios Audiovisuales
- Azafatas e Interpretación
- Sedes para eventos
- Otros proveedores

Módulo 10: Presentation Skills - Elaboración de Propuestas

Elaboración de folleto, presentación y guión del vídeo promocional de un destino, un palacio de congresos y un OPC así como el análisis de las mejores presentaciones que se usan en el mercado.

Módulo 11:
El rol de las relaciones públicas en la creación de valor para la empresa

Las relaciones públicas son una herramienta excepcional para desarrollar actividades que crean valor corporativo a las empresas. Una buena gestión en este campo nos permitirá añadir valor a nuestros eventos.

Módulo 12: Eventos 2.0

- Marketing de eventos en Redes Sociales (SMM/SMO)
- Evento on line: Cómo optimizar y prolongar el efecto de un evento
- Claves del SMM en el sector Eventos
- Casos de éxito y fracaso en eventos 2.0. (Congresos, Convenciones e Incentivos)
- Medios de comunicación on line a disposición de un congreso
- La red de redes sociales (redes profesionales/personales)
- La web para eventos
- E-mail marketing para eventos
- Facebook para eventos
- Video Marketing en redes sociales para la difusión y rentabilización de los contenidos de un evento
- Twitter. Ampliando la conversación y difusión de un evento

- Plataformas digitales para la difusión de contenidos científicos y formativos. El congreso digital
- Fotosharing. Difusión de contenidos gráficos
- Podcasting. Difusión de archivos sonoros
- Internet TV para el sector eventos
- Marketing Mobile y su uso en los eventos
- Marketing Viral al servicio de los eventos

PROFESORADO

<table>
<tr>
<td>

Rafael Ibáñez
Director Académico</td>
<td>

Socio del Bufete Massoni & Borbolla
Técnico auditor para la empresa BYC Auditores
Profesor de Estructura Económica
Project Manager Meetings Industry Solutions Consulting
Experto en la gestión administrativa, contable y fiscal de empresas
Experto en la creación de empresas y estudios estratégicos de las mismas
Perito Judicial en las ramas económicas para el Ministerio Fiscal
Experto en la gestión del ramo de seguro de caución en la rama de Garantías ante la Administración Pública.
Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad de Sevilla
MBA Executive
Colegiado del Ilustre colegio de Economistas de Sevilla
Co-autor del informe sobre el mercado laboral de Andalucía del año 2002 de la Junta de Andalucía

</td>
</tr>
<tr>
<td>

André Vietor
Director de Contenido</td>
<td>

Chairman de la Training Academy de la International Association of Professional Congress Organisers - IAPCO- desde el año 2010 y miembro del profesorado de su seminario anual en Suiza desde el año 2000
Managing Director Extrategya Business Events Consulting
Licenciado en hostelería y marketing
Experto en “Business Development” y presentación de candidaturas
Consultor en el posicionamiento estratégico de destinos y sedes en el segmento del Turismo de Reuniones
Miembro del board de la “International Association of Professional Congress Organisers” -IAPCO- desde el año 2001
Presidente de IAPCO 2006-2008
Miembro del grupo Healthcare Congress Alliance – HCA (IAPCO, IPCAA, HCEA)
Profesor del postgraduado de congresos en la Universidad Europea de Madrid (UEM-IEDE) y ponente invitado en múltiples eventos del sector (ICCA, EIBTM, IMEX, ECM Summer School entre otros)

</td>
</tr>
</table>

 **Juan José García** **Director de Contenido**	• Vicepresidente primero y tesorero de la "International Congress and Convention Association" -ICCA- desde octubre de 2010 • Miembro del Board de ICCA como "European Representative" desde Enero de 2010 • Miembro del claustro de profesores del "ICCA Research, Sales & Marketing Programme" • Consultor senior de Extrategya Business Events Consulting • Cursó estudios de filología inglesa y turismo • MBA Executive • IAPCO Training Academy Certificate • Experto en dirección de proyectos • Experto en presentación de candidaturas, gestión de asociaciones y destinos • Chairman del Capítulo Ibérico de la "International Congress and Convention Association" -ICCA- desde abril de 2007 hasta abril de 2009. • Más de 20 años de experiencia en el sector OPC • Ponente invitado en numerosos seminarios, reuniones y congresos nacionales e internacionales del sector entre ellos el Congreso Mundial de ICCA, Feria EIBTM, Asamblea Anual del Spain Convention Bureau, ICCA Iberian Chapter, Cursos de Verano de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo y Escuela Superior de Hostelería de Galicia (CSHG) entre otros • Premio Asociación Española de Directores de Hotel a la mejor Empresa Organizadora de Eventos 2009 • Consultor en el posicionamiento estratégico de destinos y sedes en el segmento del Turismo de Reuniones
 **Alonso Montero** **Profesor**	• Ingeniero industrial en la Dirección de Fomento Empresarial de la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (Agencia IDEA) • Coordinador de proyectos europeos (CESEAND, SEIRC, MARIS, KujPomris) • Ingeniero superior industrial • MBA Executive • Máster en implantación de sistemas de calidad • Experto en gestión de la Innovación en la empresa • Experto en gestión y project management • Profesor asociado de la consultora Master D en el departamento de formación.

 **Mirtcho Savov** **Profesor**	• Director de Operaciones de Viajes Iberia Congresos • Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales • Más de 20 años de experiencia en el sector OPC • Experto financiero y en el tratamiento del IVA en congresos • VP Educación de la junta directiva de "Meeting Professionals International" en España • Profesor del postgraduado de congresos en el Instituto Superior de Marketing (ISM) • Ponente invitado en numerosos seminarios, reuniones y congresos nacionales e internacionales del sector entre ellos EIBTM
 **Jorge Matías Guíu-Guía** **Profesor**	• Catedrático de Universidad. Universidad Complutense de Madrid • Jefe de servicio de neurología del hospital clínico San Carlos de Madrid desde agosto de 2005 • Director del Instituto de Neurociencias del hospital clínico San Carlos de Madrid desde agosto de 2005 • Presidente de la Sociedad Española de Neurología desde noviembre del 2003, Vicepresidente primero desde 2001 a 2003 y desde 2010 • Fundador de la Sociedad Iberoamericana de Enfermedades Cerebrovasculares y miembro de la junta directiva gestora (1998-1999) • Organización reunión anual de la Sociedad Española de Neurología (2.500 Delegados) durante cinco años y en la actualidad • Organización del European Stroke Conference en Valencia • Presidente del patronato de la fundación privada de la Sociedad Española de Neurología desde diciembre del 2003 hasta 2008. Vicepresidente desde diciembre del 2002 hasta diciembre del 2003 y desde enero del 2010
 **Belen Mann** **Profesora**	• Directora de convenciones, congresos y ferias externas en la Institución Ferial de Madrid(IFEMA) desde 2002 • Directora comercial y de marketing en el hotel Ritz 5* (Madrid). 1995-2002 • Directora comercial y de marketing en el Hotel Alfonso XIII 5* (Sevilla). 1993-1995 • Directora de ventas internacional en el Hotel Palace 5* (Madrid). 1989-1993 • Técnico de empresas turísticas • Diversos cursos de especialización en marketing turístico y ventas

 **Rafael Oliver** **Profesor**	• Business development manager en Viajes Iberia Congresos desde el año 2000 • Licenciado en Filología Inglesa por la Universidad de Sevilla • Más de 11 años de experiencia en el sector OPC • Experto en investigación y análisis del mercado asociativo • Experto en la aplicación y uso de las herramientas y utilidades web 2.0 en congresos y eventos • Ponente invitado en varios seminarios y congresos como el Capítulo Ibérico de la International Congress and Convention Association y del ICCA Research, Sales & marketing Programme
 **María Fernández** **Profesora**	• Directora ejecutiva de Meetings Industry Solutions Consulting -MIS Consulting-, consultora de nueva generación especializada en el Turismo de Reuniones • Consultora en el posicionamiento estratégico de destinos y sedes en el segmento del Turismo de Reuniones con proyectos desarrollados en varios mercados internacionales • Experta en dirección de proyectos y gestión de recursos humanos • Ponente invitada en numerosos seminarios y reuniones del sector.
 **Juan Pedro Ott** **Profesor**	• Director Comercial Regional de Barceló Hotels & Resorts, cadena española con 185 Hoteles en 17 países • Lidera la transformación de la comercialización de la Compañía en la región, es actualmente responsable de la comercialización de más de 3.000 habitaciones en hoteles urbanos y vacacionales en Andalucía • Ex Director Comercial de Meliá Hoteles en Sevilla y ha ocupado puestos de dirección comercial y puestos de responsabilidad de operaciones en diversos hoteles y agencias de viajes • Representante de Barceló Hotels & Resorts en varias asociaciones internacionales relacionadas con el Turismo de Reuniones

 **Francisco Quereda** **Profesor**	• Director del Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga • Director del Málaga Convention Bureau • Licenciado TEAT y Director de Establecimientos de Empresas • Experto en Time Management, Sales Development y Yield Management • Entre otros ha ocupado el puesto de Director Corporativo de Marketing y Ventas de Agua de Sevilla hoteles, Don Carlos Beach and Golf Resort y Hotel Auditorium Madrid • Su experiencia de más de 23 años en DMC's, hoteles y promoción pública de turismo, le permite tener una amplia visión y conocimiento del segmento del Turismo de Reuniones • Presidente de "Meeting Professionals International" en España • Ponente invitado en numerosos seminarios, reuniones y congresos nacionales e internacionales del sector
 **David Serrano** **Profesor**	• Empresario, consultor, formador y ponente desde 1995, desarrolla su principal actividad entorno a la creatividad en Eventos, el Marketing y el Social Media, ámbitos en lo que ha creado numerosos contenidos, artículos, manuales, productos y servicios para instituciones privadas y públicas • Finalista Premio Nacional Mesa del turismo por el estudio "los Recursos Humanos y la Formación en el sector turístico" • Premio Foro de empresas campus EUSA "Jóvenes Iniciativas empresariales" • Premio Asociación Española de Directores de Hotel a la mejor Empresa Organizadora de Eventos 2008 • Vocal de la junta directiva de la asociación turística empresarial ASEMTUR • Publicaciones: manuales prácticos de e-marketing, entrevistas en prensa, guías editoriales interpretativas del patrimonio • Seminarios y cursos de especialización en E-marketing y posicionamiento, dinamización turística, nuevas tecnologías, desarrollo sostenible y turismo, planificación turística, turismo rural, interpretación del patrimonio, dirección de empresas, creación de productos turísticos y otros Socio fundador de las siguientes empresas:

	• Es.cultura (Eventos+Comunicación): Sector eventos y comunicación corporativa e institucional • MKG 2.0: Marketing creativo en Internet 2.0 • Andalucía Multimedia: Producciones creativas audiovisuales Eventos Solidarios: ONG que pone su creatividad a disposición de acciones solidarias
 **Mario Muñoz** **Profesor**	• Licenciado en Psicología • Experto en gestión de recursos humanos Amplia experiencia como profesional docente y formador, entre otros: • Dirección y gestión de personal • Psicología social • Curso de técnicas de comunicación y motivación en el aula • Curso de comunicación y comportamiento organizacional • Curso de liderazgo y trabajo en equipo • Curso de motivación y trabajo en equipo • Curso de desarrollo de habilidades emocionales para el desarrollo del liderazgo • Cuso de eficacia personal • Curso de fundamentos de liderazgo, gestión de equipos de trabajo y gestión de conflictos
Manuel Macías **Profesor**	• Director Sevilla Congress & Convention Bureau
José Piquer Belloch **Profesor**	• Secretario Sociedad Española de Neurocirugía
José Miguel Moreno **Profesor**	• Director de Ventas para Europa Meetings & Events Sol Meliá Hotels and Resorts
Francisco Álvarez **Profesor**	• Director Ejecutivo IriTec T&I

 **Juan Carlos García** **Profesor**	• Director de Gestión y Consultoría para Sociedades Científicas. Viajes Iberia Congresos
Txema Xutglà **Profesor**	• Director Comercial Península Barceló Hotels & Resorts
Juan García **Profesor**	• Director Regional del Departamento de Congresos y Eventos. Viajes El Corte Inglés
José Manuel del Río **Profesor**	• Director General Comercial FIBES
Carlos Telmo **Profesor**	• Director General Telmo Public Relations