

Modalidad VIRTUAL



CURSO DE

Congresos gastronómicos y afines

**Organización, comunicación y participación
profesional en congresos gastronómicos**



+54 9 11 2660 3030 / +54 9 11 5594 9903

● -----

Duración: 25 horas.

Días y horarios:

Del 15 de noviembre al 13 de diciembre de 2025.

Sábados de 11.00 a 13.00 Hs. + actividad asincrónica.

Modalidad y localización: Virtual.

Sincrónico (2 horas semanales con apoyo asincrónico en plataforma).

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$100.000.- o 2 cuotas de: \$60.000.-

Socios Club Nación / Socios Clarín 365:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$90.000.- o 2 cuotas de: \$50.000.-

Comunidad UAI:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$70.000.- o 2 cuotas de: \$45.000.-

Extranjeros no residentes en Argentina*:

Matrícula: USD 30.-

Contado: USD 100.- o 2 cuotas de USD 60.-

Reglamento interno

Artículo 35: Modificación de los aranceles: La Universidad se reserva el derecho de modificar los aranceles de acuerdo a los incrementos que se produzcan en su estructura de costos y/o nuevos impuestos o contribuciones que pudieran afectar a la actividad con los límites que, en su caso, pudieran fijar las autoridades nacionales. Los aranceles especiales y gastos administrativos que fueran expresados en el presente Reglamento en valores constantes en pesos, sufrirán idéntico ajuste al que se determine para los aranceles de las carreras respectivas.

(*) Los aranceles de la actividad comprenden únicamente los conceptos de matrícula y cuota. Todo impuesto, tasa o contribución asociada a los pagos en dólares estadounidenses que pudiera ser aplicada por el país de origen, así como cualquier otra suma que se adicione en virtud de las tarifas vigentes en la entidad bancaria al momento de realizar la transacción, queda a exclusivo cargo del alumno.

Dirigido a:

- Personas sin experiencia previa interesadas en iniciarse en el rubro.
- Emprendedores y trabajadores independientes.
- Personal administrativo o de comunicación institucional.
- Organizadores de eventos sociales o comunitarios.
- Estudiantes de carreras afines (turismo, RRPP, marketing, hotelería).



● **Beneficios:**

- **Formación concreta** y aplicable desde el primer módulo.
- Acceso a **herramientas prácticas** para gestionar eventos de forma profesional.
- Desarrollo de **habilidades organizativas, creativas y comunicacionales**.
- **Flexibilidad horaria** para estudiar a tu ritmo con acompañamiento personalizado.
- Mejora de la **empleabilidad** en un sector dinámico y en expansión.
- Posibilidad de **iniciar un emprendimiento propio** en el rubro de eventos.
- Creación de un **proyecto real** aplicando lo aprendido (evento simulado o real).
- **Certificación digital** con validez institucional y proyección profesional.
- Acceso a una comunidad educativa para **intercambiar experiencias y contactos**.
- Capacitación útil tanto para eventos **sociales, institucionales como empresariales**.

Objetivo general:

Promover el desarrollo de competencias profesionales vinculadas a la organización, participación activa y análisis crítico de congresos, ferias y encuentros gastronómicos, fortaleciendo la formación integral de los participantes en el sector de la hospitalidad y la gastronomía.

Objetivos específicos:

- Comprender la estructura, propósito y dinámica de un congreso gastronómico.
- Identificar el valor académico, profesional y comercial de los eventos del sector gastronómico y afines.
- Fomentar la participación activa y reflexiva en conferencias, ponencias, talleres y demostraciones culinarias.
- Desarrollar capacidades de análisis, síntesis y comunicación de los conocimientos adquiridos en el congreso.
- Valorar el congreso como herramienta de actualización profesional, networking y posicionamiento en el rubro.

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de:

- Reconocer los distintos componentes y actores clave en la organización de un congreso gastronómico.
 - Analizar tendencias, innovaciones y debates actuales en el campo de la gastronomía, la hospitalidad y el turismo.
 - Comunicar con claridad y espíritu crítico los contenidos abordados en el evento.
- Interactuar con profesionales, docentes y colegas en un marco de ética, respeto y colaboración.
- Aplicar aprendizajes del congreso a su práctica profesional, educativa o emprendedora.

Resultados de Aprendizaje Esperados (RAP):

- Identifica y describe los ejes temáticos, ponencias y actividades principales del congreso gastronómico.
- Participa activamente en los espacios académicos y prácticos del evento, demostrando actitud profesional.
- Elabora un informe o presentación final integradora, con reflexiones y conclusiones sobre los contenidos abordados.
- Relaciona lo aprendido con su entorno de formación o desempeño laboral, proponiendo mejoras o ideas innovadoras.
- Valora el congreso como instancia de formación continua y construcción de redes profesionales.

Enfoque general:

La organización de eventos se ha convertido en un campo profesional dinámico, multidisciplinario y con alta demanda. Desde celebraciones sociales hasta encuentros corporativos o académicos, los eventos requieren una planificación rigurosa, visión estratégica y capacidad de adaptación. Este curso brinda herramientas esenciales para quienes deseen iniciarse en la profesión o adquirir conocimientos prácticos aplicables en distintos contextos.

El curso propone una **formación integral, accesible y orientada a la práctica**, pensada para que el/la participante adquiera rápidamente competencias fundamentales en la planificación y coordinación de eventos.

Con una **mirada interdisciplinaria**, el curso combina contenidos de gestión, ceremonial, comunicación y producción técnica, integrando herramientas adaptadas tanto a eventos presenciales como virtuales o híbridos.

A través de una metodología dinámica y flexible —que incluye clases asincrónicas, recursos multimedia y tutorías personalizadas— se promueve un **aprendizaje autónomo pero acompañado, con foco en la resolución de casos reales, simulaciones y desarrollo de un proyecto final**.

Este enfoque busca fortalecer la **autoconfianza, la creatividad y el pensamiento estratégico** del futuro organizador/a de eventos, brindándole herramientas transferibles a diversos contextos personales, institucionales o comerciales.

Contenidos:

La Organización de un Congreso Gastronómico.

Un congreso gastronómico es un evento de gran envergadura y relevancia dentro de la industria de la gastronomía. Se lleva a cabo con el propósito de reunir a chefs, restauradores, productores, estudiantes, críticos gastronómicos y aficionados para discutir, aprender e intercambiar ideas sobre las últimas tendencias, innovaciones y cuestiones relacionadas con la gastronomía.

La organización de un congreso gastronómico requiere una planificación meticulosa y una coordinación eficaz entre diferentes áreas.

1- Definición de Objetivos y Concepto del Congreso

Antes de comenzar con la planificación práctica, es fundamental definir los objetivos del congreso. Estos objetivos influirán en la temática, el formato, los ponentes y los asistentes.

Ejemplos de Objetivos:

Promover la gastronomía local e internacional.

Presentar nuevas tendencias culinarias y técnicas.

Crear una plataforma para la discusión sobre la sostenibilidad en la gastronomía.

Fomentar el intercambio de conocimientos y redes de contactos.

Concepto del Congreso: El concepto define la identidad del evento. Por ejemplo, un congreso gastronómico puede centrarse en un tipo específico de cocina (como la cocina mediterránea, la alta cocina o la cocina sostenible) o en temas más amplios (innovación culinaria, tecnología en la cocina, etc.).

2- Planificación y Diseño del Programa

Una vez definido el concepto y los objetivos, se debe diseñar el programa del congreso. Este es uno de los elementos más cruciales, ya que dicta la estructura del evento y las experiencias que vivirán los asistentes.

Componentes del Programa:

Ponencias y Conferencias: Profesionales reconocidos del mundo gastronómico compartirán sus conocimientos y experiencias. El programa debe incluir charlas, conferencias y mesas redondas sobre temas relevantes.

Talleres y Masterclasses: Espacios prácticos donde los asistentes puedan aprender técnicas culinarias, preparaciones de platos, o tendencias emergentes.

Degustaciones y Catas: Asegúrese de incluir experiencias sensoriales como catas de vinos, cervezas, quesos, o degustaciones de platillos preparados por chefs destacados.

Exposiciones y Stands: Espacios donde los productores, marcas de equipos de cocina, ingredientes y utensilios de cocina presenten sus productos y servicios a los asistentes.

Networking: Actividades de networking donde los asistentes, profesionales del sector, puedan intercambiar ideas, hacer contactos y colaborar en proyectos futuros.

3- Selección del Lugar y Fecha

La elección del lugar y la fecha del congreso es fundamental para asegurar la comodidad de los asistentes y la viabilidad del evento.

Elección del Lugar:

Capacidad: El lugar debe ser lo suficientemente grande para acomodar a los asistentes, teniendo en cuenta tanto las áreas para conferencias y talleres como los espacios para las exposiciones y zonas de descanso.

Accesibilidad: Es importante que el lugar esté bien ubicado, con facilidad de acceso tanto para los participantes locales como internacionales. Debe estar cerca de aeropuertos, estaciones de tren, y contar con opciones de transporte público.

Infraestructura: El lugar debe tener buena infraestructura, con equipos audiovisuales de calidad, áreas de servicio (baños, zonas de descanso, puntos de comida y bebida) y suficiente espacio para actividades prácticas.

Fecha:

El congreso debe organizarse en una fecha que no coincida con otros grandes eventos gastronómicos importantes en la misma región o a nivel internacional. Además, la fecha debe ser conveniente para los asistentes y ponentes, considerando el calendario de vacaciones y otros compromisos.

4- Selección de Ponentes y Profesionales del Sector

Los ponentes son una de las principales atracciones de cualquier congreso gastronómico. Es esencial contar con un grupo diverso de expertos que puedan cubrir diferentes áreas y temas relacionados con la gastronomía.

Tipos de Ponentes.

Chefs de renombre: Que compartan sus conocimientos sobre técnicas culinarias y tendencias.

Expertos en sostenibilidad y producción agrícola: Que aborden la relación entre la gastronomía y la agricultura sostenible, la cocina basada en plantas, o el uso de productos locales.

Especialistas en tecnología gastronómica: Para presentar innovaciones en la cocina como la cocina molecular, la robótica en la gastronomía, etc.

Críticos y periodistas gastronómicos: Para proporcionar una visión más amplia del sector y análisis de las tendencias del mercado.

5- Promoción y Marketing del Congreso

La promoción del evento es clave para asegurar una buena asistencia y la participación de los actores clave de la industria. Es fundamental diseñar una estrategia de marketing bien pensada y efectiva.

Estrategias de Promoción:

Página web del evento: Crear un sitio web profesional y fácil de navegar con toda la información del congreso: fechas, lugar, programa, ponentes, inscripciones, etc.

Redes Sociales: Utilizar plataformas como Instagram, Facebook, Twitter y LinkedIn para generar interés. Publicar contenido sobre los ponentes, el programa, las actividades y la gastronomía local.

Email Marketing: Enviar boletines informativos a bases de datos de profesionales de la industria gastronómica.

Alianzas con medios de comunicación: Colaborar con revistas y portales gastronómicos para promocionar el evento a su audiencia.

Publicidad en Línea: Anuncios dirigidos a profesionales de la gastronomía en plataformas como Google Ads y redes sociales.

6- Gestión de Inscripciones y Asistentes

El sistema de inscripción debe ser claro y fácil de usar para los participantes. Debe permitir la inscripción de forma anticipada y ofrecer diferentes opciones de pago (entradas generales, entradas VIP, acceso a talleres exclusivos, etc.).

Sistema de Registro:

Plataforma de inscripción en línea.

Envío de confirmaciones por correo electrónico.

Creación de pases de acceso o credenciales para los asistentes y ponentes.

Gestión de Participantes:

Contar con personal encargado de recibir a los asistentes, entregar credenciales y darles información sobre el programa y las actividades.

Asegurarse de tener un servicio de atención al cliente disponible para resolver dudas y problemas logísticos durante el evento.

7- Logística y Coordinación del Evento

La logística es esencial para garantizar que el evento se desarrolle sin contratiempos. Esto incluye la coordinación de todos los aspectos del evento, desde la llegada de los ponentes hasta el servicio de catering.

Áreas de Logística:

Transporte y Alojamiento: Ofrecer opciones de transporte y alojamiento para los ponentes y asistentes que viajan desde otras ciudades o países.

Transporte y Alojamiento: Ofrecer opciones de transporte y alojamiento para los ponentes y asistentes que viajan desde otras ciudades o países.

Catering y Comida: Contar con un servicio de catering adecuado para los descansos entre conferencias, comidas y cenas de gala, y otros momentos sociales del evento.

Equipos Técnicos: Asegurar que haya equipos de audio, video y proyección en todas las salas de conferencia y talleres. Además, tener soporte técnico durante el evento para resolver cualquier problema.

8- Sostenibilidad y Responsabilidad Social

En un congreso gastronómico moderno, es fundamental considerar la sostenibilidad y la responsabilidad social. Esto incluye:

Uso de productos locales y sostenibles en las degustaciones y comidas.

Reducción de residuos mediante el uso de materiales reciclables, eliminación de plásticos de un solo uso y la gestión eficiente de los desechos alimenticios.

Inclusión y diversidad, asegurando que el evento sea accesible para todos y que se incluyan ponentes y participantes de diferentes orígenes y perfiles.

9- Evaluación Post-Congreso

Una vez finalizado el evento, es importante realizar una evaluación para medir su éxito y aprender de la experiencia para futuros congresos.

Métodos de Evaluación:

Encuestas a los participantes: Recoger feedback sobre la calidad del programa, la logística, los ponentes, la organización general, etc.

Revisión del rendimiento económico: Evaluar los costos vs. los ingresos generados por el evento.

Análisis de cobertura mediática: Evaluar el impacto mediático y la presencia del congreso en las redes sociales y medios especializados.

Calendario de encuentros:

15/11

22/11

29/11

06/12

13/12

Duración en horas:

25 horas totales (5 horas semanales entre el encuentro sincrónico y el apoyo asincrónico en plataforma).
1 lectura o video (60 min).
1 actividad o foro (60 min).
1 tarea, resumen o cuestionario (60 min).

A cargo de:

Lic. Ariel Santangelo.

Lic. En publicidad (UNLZ).
Posgrado en sociología y economía (UBA).
Diplomatura académica en Docencia Universitaria.
Director Ejecutivo enoc -gestión educativa - docente investigador universitario (UAI- udemm).