



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Maestría Internacional en Comercialización de Eventos



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE EDUCA

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA CALIDAD

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Maestría Internacional en Comercialización de Eventos



DURACIÓN:

600 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

1.495 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Titulación de Maestría Internacional en Comercialización de Eventos con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



Maestría Internacional en Comercialización de Eventos [Ver Curso](#)

- Conocer los tipos de eventos que hay. - Aprender las nuevas tendencias en demanda de eventos. - Conocer las diferencias entre marketing y ventas. - Aprender las características de los eventos de empresa. - Conocer los diferentes tipos de servicios con comidas y bebidas existentes.

A quién va dirigido

La Maestría de Experto en Comercialización de Eventos está dirigida a todos aquellos profesionales del ámbito de la restauración o turismo que deseen seguir formándose, así como a cualquier persona interesada en adquirir conocimientos sobre la comercialización de eventos.

Para qué te prepara

Esta Maestría de Experto en Comercialización de Eventos le prepara para desenvolverse de manera profesional en el entorno de la organización de eventos, conociendo a fondo el sector y adquiriendo una serie de características y conocimientos que le harán desempeñar esta función con éxito.

Salidas Laborales

Restauración / Hostelería / Turismo / Establecimientos hoteleros / Agencias de viajes.

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

- Tarieta

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. OFERTA DE EVENTOS

1. Tipos de eventos
2. Eventos en establecimientos de alojamiento
 - 1.- En grandes establecimientos
 - 2.- En pequeños y medianos establecimientos
 - 3.- Eventos en otros tipos de establecimientos hoteleros
3. Eventos fuera del entorno hotelero
4. Nuevas tendencias en eventos
 - 1.- Ciudades de segundo nivel
 - 2.- El crecimiento de centros de convenciones
 - 3.- Unidades de centralización de la información
 - 4.- Incremento del uso de nuevas tecnologías en eventos
 - 5.- Revenue Management
 - 6.- Programas de fidelización para organizadores de eventos
5. La gestión de salas y salones
 - 1.- Tipos de salas
 - 2.- Planos de los salones
 - 3.- Tamaño y localización de las salas dentro del establecimiento
 - 4.- Cálculo del precio de venta al público de los salones
6. Recomendaciones de actuación a futuro
 - 1.- Aportar un valor añadido
 - 2.- Conocer nuestra rentabilidad

- 3.- Crear servicios y productos con imagen de utilidad
- 4.- Diferenciarse para destacar ante el cliente
- 5.- Especializarse en ciertos sectores
- 6.- Maximizar gastos variables
- 7.- Ofrecer paquetes cerrados
- 8.- Centrarse en la estrategia, olvidando un poco la creatividad
- 9.- Pensar en co-branding
- 10.- Pasar a proponer eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA DE EVENTOS

1. Quiénes nos demandan eventos
 - 1.- Empresas
 - 2.- Organizaciones sin ánimo de lucro
2. Quiénes organizan eventos
 - 1.- Organizadores de congresos
 - 2.- Planificadores independientes de eventos
 - 3.- Organizadores Profesionales de Congresos
 - 4.- Empresas de gestión en destino
 - 5.- Empresas especializadas en viajes de incentivo
 - 6.- Agencias de viajes
 - 7.- Agencias de viajes especializadas en eventos
 - 8.- Agencias de Comunicación
 - 9.- Travel Managers
3. Requisitos para los eventos
 - 1.- Calidad en los servicios de comidas
 - 2.- Suficiente número de habitaciones
 - 3.- Ubicación atractiva
4. Diferentes tipos de eventos
 - 1.- Eventos de formación
 - 2.- Eventos de incentivos
 - 3.- Eventos de ventas
 - 4.- Eventos de profesionales y técnicos
 - 5.- Reuniones de directivos
 - 6.- Reuniones de distribuidores e introducción de nuevos productos
 - 7.- Eventos públicos o de accionistas
 - 8.- Exposiciones y ferias
5. Nuevas tendencias en demanda de eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE MARKETING

1. Diferencias entre marketing y ventas
2. El plan de marketing de eventos dentro del plan global del establecimiento

3. Las cuatro partes del plan de marketing
 - 1.- Búsqueda y recopilación de información sobre el mercado
 - 2.- Selección de los segmentos del mercado para el posicionamiento del establecimiento
 - 3.- Establecimiento de objetivos y planes de actuación
 - 4.- Control y monitorización del plan de marketing
4. Puesta en marcha de un plan de marketing para eventos
 - 1.- Planificación del plan de marketing en el presupuesto

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE COMERCIALIZACIÓN

1. Clasificación de los contactos comerciales
 - 1.- Las tres reglas de oro
2. La visita comercial
 - 1.- Preparación previa a la visita
 - 2.- Comienzo de la visita comercial
 - 3.- Obtención de perfiles del interlocutor y de la empresa
 - 4.- Presentación del establecimiento
 - 5.- Dudas y preguntas
 - 6.- Cierre y seguimiento
3. La venta telefónica
 - 1.- Técnicas para la venta telefónica
 - 2.- Análisis a potenciales clientes
 - 3.- Concertar citas por teléfono
 - 4.- Las llamadas telefónicas de ventas y su seguimiento
 - 5.- Técnicas de gestión telefónica
4. Otras técnicas de comercialización
 - 1.- Técnicas online
 - 2.- Asistencia a ferias
 - 3.- Acciones con Convention Bureau
 - 4.- Invitaciones a visitar el establecimiento y tours de familiarización
5. Alianzas y creación de nuevos productos y servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS

1. Estructura comercial
 - 1.- La oficina comercial de eventos
 - 2.- Integración del trabajo individual en el colectivo
 - 3.- Relaciones con otros departamentos
2. El personal del departamento comercial
 - 1.- Diferentes puestos que nos podemos encontrar
 - 2.- El Personal de Comercial
 - 3.- Apoyo de personal administrativo
 - 4.- Necesidades adicionales de personal

- 5.- Oficinas comerciales a nivel regional y nacional
- 3.La gestión comercial
 - 1.- Estandarización de procedimientos
 - 2.- Reuniones de ventas
 - 3.- Asignación de cuentas comerciales
 - 4.- Gestión de cuentas clave
 - 5.- Evaluación de las tareas realizadas
- 4.Sistemas de registro y archivos
 - 1.- Sistemas de archivo en hoteles
 - 2.- Elementos de los sistemas de archivo
 - 3.- Controles en comercial
 - 4.- Impresos
 - 5.- Clipping

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS PARA EL SEGMENTO DE EMPRESAS

- 1.Características de los eventos de empresa
 - 1.- Ciclos de los eventos de empresas
 - 2.- Tiempo de preparación
 - 3.- Patrones de comportamiento
 - 4.- Lugares preferidos como sedes del evento
 - 5.- Asistencia
 - 6.- Duración
 - 7.- Ferias o exposiciones
 - 8.- Requisitos de los salones de reuniones
 - 9.- Normas de facturación
 - 10.- Potencial para reservas múltiples
- 2.Los organizadores de eventos en empresa
 - 1.- Organizador de eventos a jornada completa
 - 2.- El Presidente o Director de la empresa
 - 3.- Directores Comerciales, de Marketing o de Ventas
 - 4.- Directores de Publicidad y de Relaciones Públicas
 - 5.- Otros directivos con los que nos podemos encontrar en la empresa
 - 6.- Director de Viajes
 - 7.- Director de Formación
 - 8.- Especialistas externos en eventos y organizadores independientes
- 3.Fuentes donde buscar eventos y a los responsables de las empresas
 - 1.- Publicaciones especializadas en eventos
 - 2.- Directorios y publicaciones comerciales
 - 3.- Asociaciones comerciales y empresariales
 - 4.- Sitios de Internet

- 5.- Oficinas de Turismo y Convention Bureau
- 6.- Conocimiento en profundidad de la cuenta en grandes empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS PARA OTROS MERCADOS

- 1. Por qué segmentar
 - 1.- Características de cada segmento
 - 2.- Los interlocutores válidos
 - 3.- Fuentes donde encontrar información
- 2. Otros mercados destacables
 - 1.- Eventos de incentivo
 - 2.- Empresas de seguros
 - 3.- Reuniones de médicos
 - 4.- Instituciones de la administración y empresas dependientes de la administración
 - 5.- Partidos políticos
 - 6.- Entidades sin ánimo de lucro
 - 7.- Organizaciones no gubernamentales
 - 8.- Eventos religiosos
 - 9.- Reuniones de militares y cuerpos y fuerzas de seguridad
 - 10.- Eventos de formación
 - 11.- Otros segmentos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PUBLICIDAD PARA EVENTOS

- 1. Publicidad impresa
 - 1.- Revistas de negocios
 - 2.- Directorios de hoteles
- 2. TIC, desarrollo de la publicidad de los hoteles y eventos
 - 1.- Internet
 - 2.- La página web del hotel
 - 3.- Publicidad por email
 - 4.- Las redes sociales
- 3. Material promocional
 - 1.- Folletos del hotel
 - 2.- Folletos para eventos
 - 3.- Publicidad en vídeo digital
 - 4.- Otros materiales promocionales
 - 5.- Artículos especiales
- 4. La publicidad directa
- 5. Planificar la estrategia comercial y la publicidad
 - 1.- Extensión, frecuencia, tiempo y consistencia
 - 2.- Publicidad de intercambio
 - 3.- Cooperación en publicidad y alianzas estratégicas

4.- Agencias de publicidad

6.Relaciones públicas y publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 9. NEGOCIACIÓN DE CONTRATOS

1.Pasos previos a la negociación

1.- Búsqueda y seguimiento de puntos clave

2.- Problemas anteriores

2.Carta de acuerdo o contrato

1.- Nombres del cliente y del hotel

2.- Fechas oficiales

3.- Cantidad y características de las habitaciones

4.- Precios

5.- Previsión de cuándo se realizarán las entradas y salidas de habitaciones

6.- Habitaciones gratis o con precios especiales

7.- Salas y salones

8.- Salones para exposiciones o ferias

9.- Visitas técnicas previas

10.- Espacio de trabajo del grupo

11.- Apartados a tener en cuenta a la llegada

12.- Servicios con comida

13.- Los descansos o breaks

14.- Bebidas alcohólicas

15.- Equipo audiovisual

16.- Cargos y facturación a crédito

17.- Forma de pago

18.- Resolución y cancelación

19.- Daños y perjuicios

20.- Impuestos

21.- Disminución de reservas sobre las previstas

22.- Arbitraje

23.- Indemnización y seguros

3.Tipos de acuerdo o contrato y su estandarización

1.- Contratos para múltiples eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PREPARACIÓN DEL EVENTO

1.Reunión previa al evento

1.- Listado de personal del hotel con diferentes responsabilidades

2.Formularios utilizados

1.- Memorándum del evento

2.- Orden de servicio

3.Integración del trabajo individual en el colectivo

- 1.- Detalles a obtener del evento
- 2.- Seguimiento a realizar
4. Organización del evento
 - 1.- Mobiliario
 - 2.- Montajes habituales
 - 3.- Desmontaje post-evento
 - 4.- Nuevas tendencias
 - 5.- Sistemas de acceso, admisión y seguridad
5. Las diversas operativas de cada hotel
 - 1.- Diferentes formas de organizarse internamente
 - 2.- Los comerciales del hotel y su implicación en el servicio
 - 3.- Presentación al cliente del responsable del servicio
 - 4.- El director de eventos
 - 5.- Política de comunicación del responsable de eventos
 - 6.- Proveedores de servicios externos
 - 7.- Programas para acompañantes

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ASIGNACIÓN DE HABITACIONES Y DE SALONES

1. Reservas
 - 1.- Reservas por teléfono
 - 2.- Reservas en la página web del establecimiento
 - 3.- Listado de habitaciones
 - 4.- Reservas por Convention Bureau
 - 5.- Centrales de reservas independientes y agencias de viajes
 - 6.- Resumen de habitaciones del evento
2. Asignación de habitaciones
 - 1.- Tarifas para grupos
 - 2.- Gratuidades en habitaciones
 - 3.- Atenciones especiales
 - 4.- Fecha límite de confirmación o liberación de habitaciones
 - 5.- Previsiones a la llegada y salida del grupo
 - 6.- Flujo de asistencia
 - 7.- Relaciones con establecimientos cercanos
3. Gestión de las habitaciones del grupo
 - 1.- Clientes no llegados y overbooking
 - 2.- Llegada al hotel
 - 3.- Procedimiento de registro a la llegada
 - 4.- Procedimiento para la salida del grupo
4. Asignación de salas y salones
 - 1.- Programas informáticos de ayuda

- 2.- Restricciones en función del espacio
- 3.- Atender varios eventos al mismo tiempo
- 4.- Solicitud de reservas junto con otros clientes
- 5.- Manuales de procedimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 12. SERVICIOS CON COMIDAS Y BEBIDAS

1. Servicios de eventos con comidas
 - 1.- Diferentes tipos de objetivos
 - 2.- Tendencias gastronómicas
 - 3.- Tipos de servicio y sus diferencias
 - 4.- Negociación del precio de venta de las comidas
 - 5.- Asistencia prevista
 - 6.- Funcionalidad de salas y salones
 - 7.- Control del número de los asistentes al evento
 - 8.- Contratación de personal extra
 - 9.- Organización con responsable único o con responsable dual
2. Servicios de eventos solamente con bebidas
 - 1.- Tipos de servicios y sus diferencias
 - 2.- Bares privados y cócteles en suites
 - 3.- Cálculo del precio de venta
 - 4.- Controles a realizar con bebidas alcohólicas
 - 5.- Operativa después del servicio
3. Diferencias en la coordinación interna en grandes y pequeños establecimientos
 - 1.- Funciones del director de alimentos y bebidas
 - 2.- Diferentes formas de organizarse internamente
 - 3.- Integración del trabajo individual en el colectivo
4. Creación de nuevos productos y servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA FACTURACIÓN

1. Procedimiento para la facturación
 - 1.- Previo a la facturación
 - 2.- El presupuesto
 - 3.- Facturaciones que se generan antes del evento o en caso de anulación
2. Preparación de las facturas
 - 1.- Particularidades con los derechos de autor y la SGAE
 - 2.- Anticipos, descuentos, comisiones y dewards
3. Tipos de facturaciones
 - 1.- Política de exclusividades
 - 2.- Eventos con feria o exposición paralela
 - 3.- Espónsors y patrocinadores
 - 4.- Si el evento se hace fuera del establecimiento

- 5.- Revisión final de la factura del evento
- 6.- Facturación a asistentes al evento
- 4. Formas de pago
- 5. Procedimientos de pago
- 6. Informes posteriores a la facturación
 - 1.- Informe cuantitativo del evento
 - 2.- Informes contables
 - 3.- Informes y estadísticas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 14. REVISIONES POSTERIORES AL EVENTO

- 1. Procedimiento para revisiones post-evento
 - 1.- Comparación con las previsiones
 - 2.- Funciones de seguimiento
 - 3.- Evaluación de todos los servicios del hotel
 - 4.- Actuaciones post-evento
 - 5.- Tabulaciones y procesado de la información proporcionada por los cuestionarios
 - 6.- Informes posteriores al evento
- 2. Procedimiento para la revisión mensual
 - 1.- Registros y archivos de información (Bases de datos, BB DD)
 - 2.- Proceso comercial propiamente dicho
 - 3.- Proceso contractual
 - 4.- Proceso analítico
 - 5.- Análisis de datos cuantitativos de los salones
- 3. Procedimiento para la revisión anual del plan de marketing
 - 1.- Acciones de marketing con publicidad
 - 2.- Acciones con marketing directo
 - 3.- Acciones con marketing online
 - 4.- Acciones con material promocional
 - 5.- Acciones de comunicación y relaciones públicas
 - 6.- Acciones de marketing cliente-canal
 - 7.- Marketing en el hotel
 - 8.- Marketing con nuestro equipo comercial
- 4. Acciones de revisión
 - 1.- Revisión estratégica al plan de marketing
 - 2.- Revisión de las políticas de empresa

PARTE 2. GESTIÓN DE EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

- 1. Introducción
- 2. Tipos de reuniones

3. Terminología usada en las reuniones, juntas y asambleas
4. Preparación de las reuniones
5. Etapas de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Tipos de Eventos
2. Organización del Evento
3. Condiciones técnicas y económicas requeridas al servicio contratado
4. Medios de cobro y pago

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ORGANIZADOR DE EVENTOS (RELACIONES PÚBLICAS)

1. Definición y concepto de Relaciones Públicas
2. Como montar una operación de relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOCOLO EMPRESARIAL PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Introducción
2. Real Decreto 2099/83 Ordenamiento General de precedencias en el Estado
3. El regalo en la empresa
4. La etiqueta
5. Ubicación correcta de símbolos
6. La imagen de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN

1. Conceptualización de la comunicación
2. Elementos constitutivos de la comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Obstáculos en la comunicación
5. Tipos de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA COMUNICACIÓN EN EL PROTOCOLO EMPRESARIAL

1. Políticas de Comunicación Integral (PCI)
2. La formación comunicacional de los directivos
3. Cómo hablar en público
4. El comportamiento ante los medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CLASIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES

1. Cómo se planifica un acto público
2. Tipos de eventos
3. La seguridad en los actos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS (I)

1. Concepto de certamen ferial: Tipología de ferias
2. Formas de composición organizativa de las ferias
3. Organización de un recinto ferial
4. Gestión operativa de un Certamen ferial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (II)

- 1.Oferta y demanda de eventos feriales
- 2.Marketing y comunicación ferial
- 3.Comercialización del evento

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (I)

- 1.Precongreso
- 2.El congreso: días previos y celebración
- 3.La candidatura
- 4.El Comité Organizador
- 5.Definición del Congreso
- 6.Naturaleza del Congreso
- 7.Objetivos
- 8.Participantes
- 9.Elección de sede y fechas
- 10.La imagen
- 11.Medios
- 12.Comité de honor

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (II)

- 1.Las Secretarías del Congreso
- 2.Financiación del Congreso
- 3.Postcongreso

UNIDAD DIDÁCTICA 12. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (I)

- 1.Deporte y protocolo
- 2.Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo
- 3.Estrategia de Marketing
- 4.Elaboración de Presupuestos
- 5.Creación del Comité de dirección y coordinación

UNIDAD DIDÁCTICA 13. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (II)

- 1.Planificación estratégica
- 2.Fases de la planificación estratégica
- 3.Planificación deportiva
- 4.Tipos de planificaciones
- 5.Proceso planificador
- 6.La gestión deportiva
- 7.Punto de encuentro entre oferta y demanda
- 8.El proyecto deportivo
- 9.Dirección de proyectos deportivos

UNIDAD DIDÁCTICA 14. BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO

- 1.Introducción
- 2.Beneficios socioeconómicos fundamentales

3. Beneficios sociopolíticos

4. Repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 15. PATROCINIO DE EVENTOS: EL PATROCINIO DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Introducción

2. El patrocinio deportivo en España

3. Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos

4. Intereses y exigencias de los patrocinadores

UNIDAD DIDÁCTICA 16. HABILIDADES Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

1. Habilidades conversacionales

2. La escucha

3. La empatía

4. La reformulación

5. La aceptación incondicional

6. La destreza de personalizar

7. La confrontación

UNIDAD DIDÁCTICA 17. PUBLICIDAD, MARKETING Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA

1. La publicidad

2. Identidad corporativa

ANEXO 1. EJEMPLO PRÁCTICO DE PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

1. ¿Por qué organizamos un evento?

2. Planificación y Organización del Evento

3. Formato del evento y Público objetivo

4. Presupuesto y programación

5. Destino y lugar de celebración

PARTE 3. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES Y EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1. Tipos de reuniones

2. Planificación de las reuniones.

3. Preparación de las reuniones.

4. Terminología utilizada en reuniones, juntas y asambleas.

5. El desarrollo de la reunión. Etapas de una reunión. -Duración, pausas, almuerzo y otros).

6. Tipología y funciones de los participantes en una reunión. -Dirección, secretario, moderador, tesorero, vocales, presentador, proveedor, cliente, y otros-.

7. El papel de la secretaria el día de la reunión. -Preparar, comprobar, atender-.

8. La evaluación de la reunión. Actuaciones posteriores a la reunión.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA NEGOCIACIÓN

- 1.Elaboración de un plan de negociación.
- 2.Tipos o niveles
- 3.Participantes.
- 4.Fases de la negociación
- 5.Recursos psicológicos en la negociación.
- 6.Análisis de los procesos y estrategias de negociación en la empresa.
- 7.Los presupuestos y contratos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

- 1.Objetivos.
- 2.Presupuesto.
- 3.Tipos de eventos atendiendo a su ámbito.
- 4.Informe del proyecto pormenorizado de la organización del evento.
- 5.Listado de comprobaciones.
- 6.El papel de la secretaria el día del evento -Preparar, comprobar, atender-.
- 7.Condiciones técnicas requeridas al bien o servicio contratado
- 8.Condiciones económicas requeridas al bien o servicio contratado:
- 9.Medios de cobro y pago, convencionales y telemáticos:
- 10.Documentos de cobro y pago.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROTOCOLO EMPRESARIAL

- 1.Tratamientos dentro de la empresa.
- 2.Recepción de las visitas.
- 3.El restaurante como parte de la oficina.
- 4.RD.2099/83 Ordenamiento General de Precedencias en el Estado.
- 5.El regalo en la empresa.
- 6.La etiqueta en hombres y mujeres.
- 7.Ubicación correcta de los símbolos.
- 8.La imagen y la empresa.

PARTE 4. GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EVENTOS ESPECIALIZADOS

MÓDULO 1. LOS EVENTOS, SU TIPOLOGÍA Y SU MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS EVENTOS, SU TIPOLOGÍA Y SU MERCADO.

- 1.Tipología de reuniones y eventos: congresos, convenciones, viajes de incentivo, exposiciones y ferias, eventos deportivos y otros.
- 2.El concepto de evento.
- 3.El mercado de eventos. Los promotores de eventos. Las entidades colaboradoras y los patrocinadores. Participantes y acompañantes.

- 4.La gestión de eventos como función emisora y como función receptora.
- 5.Fases del proyecto de un evento

MÓDULO 2. EXPERTO EN LA DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS (I)

- 1.Concepto de certamen ferial: Tipología de ferias
- 2.Formas de composición organizativa de las ferias
- 3.Organización de un recinto ferial
- 4.Gestión operativa de un Certamen ferial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (II)

- 1.Oferta y demanda de eventos feriales
- 2.Marketing y comunicación ferial
- 3.Comercialización del evento

MÓDULO 3. EXPERTO EN LA DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (I)

- 1.Precongreso
- 2.El congreso: días previos y celebración
- 3.La candidatura
- 4.El Comité Organizador
- 5.Definición del Congreso
- 6.Naturaleza del Congreso
- 7.Objetivos
- 8.Participantes
- 9.Elección de sede y fechas
- 10.La imagen
- 11.Medios
- 12.Comité de honor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (II)

- 1.Las Secretarías del Congreso
- 2.Financiación del Congreso
- 3.Postcongreso

MÓDULO 4. EXPERTO EN LA DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (I)

1. Deporte y protocolo
2. Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo
3. Estrategia de Marketing
4. Elaboración de Presupuestos
5. Creación del Comité de dirección y coordinación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (II)

1. Planificación estratégica
2. Fases de la planificación estratégica
3. Planificación deportiva
4. Tipos de planificaciones
5. Proceso planificador
6. La gestión deportiva
7. Punto de encuentro entre oferta y demanda
8. El proyecto deportivo
9. Dirección de proyectos deportivos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Introducción
2. Beneficios socioeconómicos fundamentales
3. Beneficios sociopolíticos
4. Repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PATROCINIO DE EVENTOS: EL PATROCINIO DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Introducción
2. El patrocinio deportivo en España
3. Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos
4. Intereses y exigencias de los patrocinadores

MÓDULO 5. EXPERTO EN LA DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CULTURALES

UNIDAD DIDÁCTICA 10. RECURSOS ORGANIZATIVOS

1. Técnicas de organización para el desarrollo de eventos culturales
2. Técnicas de organización de las distintas funciones relacionadas con la puesta en marcha y finalización del evento cultural
3. Técnicas de recogida de información
4. Elaboración de plantillas para la organización del evento cultural donde se desglosen y planifiquen las funciones requeridas
5. Aplicación de los diferentes instrumentos para recopilar información
6. Técnicas de elaboración de: cronogramas, inventarios y relaciones de infraestructuras de espacios culturales

UNIDAD DIDÁCTICA 11. RECURSOS HUMANOS Y FINANCIEROS

1. Elementos que conforman la gestión de recursos humanos

2. Mecanismos de colaboración con responsables de cultura
3. Procedimientos para el diseño de presupuestos públicos: conocimiento, aplicación y bases de ejecución
4. Sistemas de gestión y organización de los recursos disponibles para optimizar costes

ANEXO 1. EJEMPLO PRÁCTICO DE PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

1. ¿Por qué organizamos un evento?
2. Planificación y Organización del Evento
3. Formato del evento y Público objetivo
4. Presupuesto y programación
5. Destino y lugar de celebración

PARTE 5. PROTOCOLO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO

1. Origen
2. Clases
3. Utilidad
4. Usos sociales
5. Legislación de protocolo y ceremonial del Estado, Académico y Religioso

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE PROTOCOLO I

1. Protocolo social
2. Protocolo académico
3. Protocolo internacional
4. Protocolo de banquetes y comidas
5. Protocolo de normas de expresión y comportamiento a través de Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE PROTOCOLO II

1. Protocolo en actos deportivos
 - 1.- Normativa y reglamento y control de premiaciones
2. Protocolo de atención
3. Protocolo de seguridad
 - 1.- Escoltas en los vehículos
 - 2.- Caravanas de seguridad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL DEPARTAMENTO DE PROTOCOLO

1. Formación y funciones del departamento de protocolo
2. Normas y usos habituales en actos protocolarios
 - 1.- Decoración y elementos escenográficos
 - 2.- Disposición de autoridades
 - 3.- Uso de símbolos oficiales: banderas, himnos, logotipos e imágenes de empresa
 - 4.- Orden de intervenciones y jerarquía
 - 5.- Atención a invitados y acompañantes
3. Incidencias habituales en el desarrollo de actos y eventos

- 1.- Fórmulas de resolución

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE ACTOS

- 1.¿Por qué organizamos un acto?
- 2.Planificación y Organización del acto
- 3.Formato del acto y Público objetivo
- 4.Planificación, Presupuesto, Programación y Organización
 - 1.- Planificación
 - 2.- Presupuesto
 - 3.- Programación
 - 4.- Organización
- 5.Destino y Lugar de Celebración
- 6.Ejemplo de diseño y planificación de un evento deportivo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

- 1.Técnicas de comunicación y habilidades sociales aplicadas al protocolo
 - 1.- Técnicas de comunicación
 - 2.- Habilidades sociales
- 2.Análisis del proceso de comunicación y sus barreras
 - 1.- Barreras en la comunicación
- 3.Resolución de problemas de comunicación
- 4.Análisis de características de la comunicación
 - 1.- Comunicación de estilo agresivo
 - 2.- Comunicación de estilo pasivo
 - 3.- Comunicación de estilo asertivo
- 5.Aplicación de comportamientos básicos en función de tipologías y diferencias culturales
- 6.Trato adecuado a personas con discapacidad
 - 1.- Normas de protocolo con usuarios discapacitados

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

- 1.La utilización de los medios de comunicación de masas en el protocolo
- 2.Televisión
- 3.Radio
- 4.Prensa escrita
- 5.Internet
- 6.La publicidad
 - 1.- Publicidad ilícita
 - 2.- Publicidad subliminal
 - 3.- Publicidad engañosa y desleal

UNIDAD DIDÁCTICA 8. HABILIDADES SOCIALES

- 1.¿Qué son las habilidades sociales?
- 2.Cómo se desarrollan las habilidades sociales

- 3.Asertividad
- 4.Empatía
 - 1.- Fases de la empatía
 - 2.- Efectos de la empatía
 - 3.- Dificultades de la empatía
- 5.Autoestima
- 6.Escucha activa
- 7.Negociación
- 8.Técnicas de comunicación y relación grupal
- 9.Composición de equipos
 - 1.- Causas por las que puede fracasar un equipo
 - 2.- Eficacia de los equipos
- 10.Dinámica de grupos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. HABILIDADES DIRECTIVAS

- 1.Introducción
- 2.Factores de conocimiento e inteligencia: evolución de las competencias directivas: Esquema de Koontz y O'Donnell
 - 1.- Gestión del Conocimiento
 - 2.- La Inteligencia competitiva organizacional
 - 3.- Relación entre Gestión del Conocimiento e Inteligencia Competitiva
 - 4.- Evolución de las competencias directivas- Esquema de Koontz y O'Donnell
- 3.Factores de experiencia
 - 1.- Anclas de Carrera
- 4.Factores de personalidad
 - 1.- Determinantes de la personalidad
 - 2.- Autoconocimiento
 - 3.- Valores

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CREATIVIDAD

- 1.Pensamiento creativo
- 2.Fases de la creatividad
- 3.Búsqueda de nuevas ideas
- 4.Técnicas de creatividad
- 5.Gestión creativa de conflictos