

Máster en Dirección de Eventos Profesionales y Turismo Corporativo



# ÍNDICE

**1** | Somos Educa  
Business School

**2** | Rankings

**3** | Alianzas y  
acreditaciones

**4** | By EDUCA  
EDTECH  
Group

**5** | Metodología  
LXP

**6** | Razones por las  
que elegir Educa  
Business School

**7** | Programa  
Formativo

**8** | Temario

**9** | Contacto

## SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**EDUCA Business School** es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

**18**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Hasta un

**98%**

tasa  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

## RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

**Educa Business School** se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



## ALIANZAS Y ACREDITACIONES

---



FONDO  
SOCIAL  
EUROPEO



## BY EDUCA EDTECH

---

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



### ONLINE EDUCATION

---



# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

---

### 1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



### 2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



### 3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

## 4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



## 5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

## 6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



## Máster en Dirección de Eventos Profesionales y Turismo Corporativo



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**

### Titulación

Titulación de Máster en Dirección de Eventos Profesionales y Turismo Corporativo con 1500 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



### Descripción

El Máster en Dirección de Eventos Profesionales y Turismo Corporativo es tu puerta de entrada a un sector en pleno auge, donde la demanda de profesionales altamente cualificados no deja de crecer. En un mundo donde las experiencias y las conexiones globales son clave, este máster te dota de habilidades esenciales como el análisis del mercado turístico, la organización de eventos y la gestión

del protocolo. Aprenderás a crear y gestionar experiencias únicas, desde eventos deportivos hasta congresos internacionales, desarrollando competencias en marketing, dirección estratégica y gestión del talento. Nuestra formación online te permite adquirir conocimientos avanzados de manera flexible, adaptándose a tus necesidades. Prepárate para liderar proyectos innovadores y posicionarte en un mercado laboral competitivo, donde tu creatividad y capacidad de gestión serán tus mejores aliados. Este máster es tu oportunidad para destacar en un entorno dinámico y globalizado.

## Objetivos

---

'- Analizar el mercado turístico para identificar oportunidades de negocio. - Diseñar estrategias de comercialización para servicios turísticos. - Gestionar la intermediación de terceros en proyectos hoteleros. - Aplicar aspectos jurídicos en la dirección de eventos. - Planificar eventos corporativos y desarrollar protocolos empresariales. - Implementar técnicas de comunicación en la gestión de eventos. - Utilizar aplicaciones informáticas para optimizar la gestión de eventos.

## Para qué te prepara

---

El Máster en Dirección de Eventos Profesionales y Turismo Corporativo está diseñado para profesionales del sector turístico y de eventos que buscan profundizar en la gestión estratégica de eventos, desde el análisis del mercado turístico hasta la organización de congresos y la innovación en turismo de negocios. Ideal para aquellos interesados en liderazgo, marketing y gestión de talento en el sector.

## A quién va dirigido

---

Este máster te capacita para liderar con éxito la organización de eventos y el turismo corporativo. Aprenderás a analizar el mercado turístico, gestionar servicios y coordinar eventos empresariales, deportivos y congresos. Desarrollarás habilidades en protocolo, comunicación y marketing, permitiéndote ofrecer soluciones innovadoras y estratégicas. Además, adquirirás competencias en gestión de talento y CRM, esenciales para destacar en el competitivo sector del hospitality.

## Salidas laborales

---

'- Director de eventos y convenciones - Coordinador de turismo corporativo - Consultor en planificación de eventos deportivos - Especialista en marketing de eventos - Gerente de protocolo y relaciones públicas - Asesor en patrocinios y alianzas estratégicas - Responsable de comunicación para eventos empresariales - Gestor de proyectos en turismo de reuniones

## TEMARIO

---

### MÓDULO 1. LAS CLAVES DE LA INDUSTRIA DEL HOSPITALITY

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS Y ESTUDIO DEL MERCADO TURÍSTICO

1. Aspectos históricos del turismo
2. Definición de turismo y Organización Mundial del Turismo (OMT)
3. El mercado turístico español
4. Destino y productos turísticos principales en España
5. Destino y productos turísticos principales a nivel internacional
6. Terminología clave del sector hotelero

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISTRIBUCIÓN Y VENTA DEL SERVICIO TURÍSTICO

1. El producto turístico
2. Ley de oferta y demanda del producto turístico en España
3. Canales de distribución turística
4. Estructura y funcionamiento de las centrales de reserva turística
5. Global Distribución System (GDS)
6. La modernización del mercado turístico
7. Las motivaciones esenciales del mercado turístico
8. El papel de internet en la distribución turística

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTERMEDIACIÓN DE TERCEROS EN EL SECTOR HOTELERO

1. Agencias de viajes y sector hostelero
2. Bases de datos de alojamientos hoteleros
3. Tipos de reservas
4. Tipos de tarifas
5. Funcionalidad de las centrales de reservas y cadenas de hoteles
6. El papel de los tour operadores en el sector hostelero

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS JURÍDICOS DEL SECTOR HOTELERO

1. Regulación del turismo en España
2. Legislación específica para establecimientos hoteleros
3. Aspectos legales sobre las políticas de precios

### MÓDULO 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y CONGRESOS

#### 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. La preparación de una oferta de patrocinio
5. Intereses y exigencias de los patrocinadores
6. ANEXO. EJEMPLO PRÁCTICO DE PLANIFICACIÓN DE EVENTOS
7. ¿Por qué organizamos un evento?
8. Planificación y Organización del Evento
9. Formato del evento y Público objetivo
10. Presupuesto y programación
11. Destino y lugar de celebración

#### MÓDULO 3. GESTIÓN DE PROTOCOLO

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EVENTOS Y PROTOCOLO

1. El concepto de protocolo
2. Clases de protocolo
3. Descripción de las razones y aplicaciones más habituales del protocolo en diferentes eventos
4. Aplicación de las técnicas de protocolo más habituales
5. Aplicación de las técnicas más habituales de presentación personal
6. El protocolo aplicado a la restauración

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL TURISMO DE REUNIONES Y SU DEMANDA DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS

1. El turismo de reuniones: concepto y evolución histórica; situación y tendencias; el turismo de reuniones como producto especializado del turismo urbano
2. Las características diferenciadas y específicas de este tipo de demanda
3. Mecanismos de decisión. Impactos en los destinos y en sus restantes productos turísticos
4. Incorporación a la cadena turística de servicios considerados tradicionalmente como servicios a las empresas o no turísticos
5. Agentes turísticos específicos: organizadores profesionales de eventos, agencias de viajes especializadas y otros. Evolución

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES DE TURISMO DE REUNIONES

1. Factores que determinan la especialización de un destino para turismo de reuniones: imagen de marca, infraestructuras especializadas, capacidad de alojamiento, servicios especializados y oferta complementaria
2. Características y análisis comparativo de los principales destinos de turismo de reuniones a nivel nacional e internacional

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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. Participantes y acompañantes
4. La gestión de eventos como función emisora y como función receptora

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL EVENTO COMO PROYECTO: PLANIFICACIÓN, PRESUPUESTACIÓN Y ORGANIZACIÓN

1. Fuentes y medios de acceso a la información
2. Criterios de selección de servicios, prestatarios e intermediarios
3. Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones
4. Programación del evento. Tipología de actos en función de tipología de eventos: sesiones, presentaciones, descansos, comidas, ceremonias, espectáculos y exposiciones
5. Gestión de espacios comerciales y de patrocinios
6. Presidencias honoríficas y participación de personalidades
7. Presupuestación del evento

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. SERVICIOS REQUERIDOS EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Servicios de alojamiento y restauración: Establecimientos. Tipos y características. Formas de servicio. Tarifas
2. Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción, como interpretación de conferencias, traducción de cintas y locuciones o traducción escrita
3. Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos
4. Servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones
5. Secretaría técnica y secretaría científica
6. Servicios de animación cultural y producción de espectáculos
7. Transportes de acceso a la sede del evento y transportes internos colectivos
8. Servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA LA GESTIÓN DE EVENTOS

1. Tipos y comparación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL EVENTO COMO PROYECTO: ORGANIZACIÓN

1. La organización del evento: Definición de funciones y tareas
2. Comités y secretarías: funciones y coordinación
3. Gestión de colaboraciones y patrocinios
4. Soportes y medios para ofrecer información del evento
5. Difusión del evento y captación de participantes
6. Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos
7. Funciones y responsabilidades
8. Procedimientos e instrucciones de trabajo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL EVENTO COMO PROYECTO: DIRECCIÓN Y CONTROL

1. Control de inscripciones
2. Control de cobros
3. Confirmaciones de inscripción, asignación de espacios en exposiciones y otras comunicaciones a inscritos
4. Protección de datos personales
5. Documentación del evento
6. Procesos administrativos y contables
7. Seguimiento del proyecto. Actuaciones ante desviaciones
8. Coordinación
9. Formalización de contratos. Documentación
10. Balances económicos

#### MÓDULO 4. COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA DE GESTIÓN DE EVENTOS

1. La oferta de los destinos especializados
2. Vías y fórmulas de comercialización
3. La oferta de los organizadores de eventos. Marca corporativa e imagen
4. Público objetivo
5. Canales de distribución. Soportes. Estrategias de distribución
6. Técnicas y estrategias de fidelización
7. Acciones y soportes promocionales
8. La oferta específica: características y presentación
9. Fuentes de información sobre eventos

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIÓN, ATENCIÓN AL CLIENTE Y TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN EN LA GESTIÓN DE EVENTOS

1. La comunicación interpersonal. Procesos. Barreras. Saber escuchar y preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica
2. Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes
3. Tipología de clientes
4. La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales
5. Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica
6. La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas
7. Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas. Procedimientos. Normativa
8. Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal

#### MÓDULO 5. DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING EN EMPRESAS DE TURISMO DE NEGOCIOS Y EVENTOS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

1. Funciones del marketing estratégico
2. Funciones del marketing operativo
3. Estrategias en marketing digital

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE CREACIÓN DE LA MARCA

1. La planificación estratégica
2. Brand equity o el valor de marca
3. Marcas corporativas y marcas producto

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. El producto turístico
2. Política de precios
3. Distribución del producto turístico
4. Comunicación en turismo

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PAPEL DEL CRM EN LA EMPRESA

1. El papel del CRM en el marketing de la empresa
2. Diferencias entre CRM y Marketing Relacional
3. Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
4. Estructura de la organización del CRM

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ESTRATEGIA CRM

1. Definición de estrategia CRM
2. Las fuerzas del cambio
3. Orientación al cliente
4. Integración del CRM en nuestra estrategia online
5. Elementos de un programa CRM
6. Medición y análisis de resultados

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM)

1. Marketing en Redes Sociales, el SMM
2. Nuevos consumidores: prosumer y crossuser
3. Escuchar a tus seguidores
4. Animar a participar
5. Cómo mejorar la experiencia de compra del consumidor
6. Seguimiento de audiencias
7. Publicidad en social media
8. El poder del efecto viral

## MÓDULO 6. GESTIÓN DEL TALENTO Y LA INNOVACIÓN EN EMPRESAS DE TURISMO DE NEGOCIOS Y EVENTOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL EQUIPO EN LAS EMPRESAS DE TURISMO DE NEGOCIO Y EVENTOS

1. La Importancia de los equipos en las organizaciones actuales
2. Modelos explicativos de la eficacia de los equipos
3. Composición de equipos, recursos y tareas
4. Los procesos en los equipos

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE TURISMO DE NEGOCIOS Y EVENTOS

1. Adaptación de la organización a través del talento y la innovación
2. Los ingredientes de la innovación
3. Gestión de la innovación
4. Requisitos para la innovación
5. Caso de estudio voluntario: La innovación según Steve Jobs
6. Caso Helvex: el cambio continuo

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN POR COMPETENCIAS. IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS

1. Gestión por competencias
2. Objetivos del proceso de gestión por competencias
3. Características de la gestión por competencias
4. Beneficios del modelo de gestión por competencias
5. Definición e implantación de un sistema de gestión por competencias
6. Políticas o estrategias de un sistema de gestión por competencias
7. Metacompetencias

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO

1. ¿A qué llamamos talento?
2. El clima laboral
3. La empatía
4. La ergonomía
5. Selección de personal
6. Acogida y formación del personal
7. Rotación del personal

