

**Máster en Gestión de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales +
Titulación universitaria**



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 Gestión de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales + Titulación universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
8 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Gestión de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales 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 - Titulación Universitaria en Curso en Protocolo con 8 Créditos Universitarios ECTS



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el aval de la Consejería de Educación, Cultura y Deportes de la Junta de Andalucía y el aval de la UNED (Plan Propio de Grado)

Descripción

El Máster en Gestión de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales te ofrece la oportunidad de sumergirte en un sector en pleno auge, donde la demanda de profesionales capacitados es cada vez mayor. En un mundo donde la organización de eventos se ha convertido en un pilar fundamental para las empresas e instituciones, contar con habilidades en protocolo, comunicación y relaciones públicas es vital. Este máster, impartido completamente online, te prepara para planificar y organizar eventos con excelencia, desde reuniones corporativas hasta congresos y eventos culturales. Aprenderás sobre negociación, liderazgo y marketing relacional, herramientas esenciales para destacar en el competitivo mercado actual. Al finalizar, estarás capacitado para dirigir eventos de cualquier índole, aplicando políticas de comunicación integral y protocolos institucionales. Únete a este programa y transforma tus habilidades en una carrera exitosa en el mundo de la gestión de eventos.

Objetivos

- Desarrollar habilidades de comunicación para gestionar eventos con eficacia. - Aprender a aplicar protocolos en eventos empresariales y culturales. - Planificar y organizar actos con creatividad y precisión. - Implementar políticas de comunicación integral en las relaciones institucionales. - Dominar la gestión de eventos especializados, desde feriales hasta deportivos. - Mejorar la negociación y liderazgo en el ámbito de las relaciones públicas. - Utilizar el marketing relacional para fidelizar clientes en entornos digitales.

Para qué te prepara

El Máster en Gestión de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales está dirigido a profesionales y titulados en organización de eventos, protocolo y comunicación institucional que busquen perfeccionar sus habilidades en planificación, negociación y liderazgo. Ideal para quienes desean profundizar en la gestión de eventos feriales, deportivos o culturales, y mejorar su capacidad en relaciones públicas y comunicación estratégica.

A quién va dirigido

El Máster en Gestión de Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales te capacita para planificar y organizar eventos de manera efectiva, aplicando protocolos adecuados en contextos empresariales e institucionales. Desarrollarás habilidades de comunicación, negociación y liderazgo, indispensables para manejar relaciones públicas y gestionar medios de comunicación. Además, aprenderás a implementar estrategias de marketing relacional y social media, optimizando la atención al cliente y la fidelización.

Salidas laborales

'- Director de protocolo en instituciones públicas y privadas - Responsable de comunicación y relaciones institucionales - Organizador de eventos corporativos, culturales y deportivos - Consultor en protocolo empresarial - Coordinador de congresos y ferias - Especialista en marketing relacional y fidelización de clientes - Gestor de gabinetes de prensa y medios de comunicación - Asesor en social media y atención al cliente.

TEMARIO

PARTE 1. 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

PARTE 2. PROTOCOLO: COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO.

1. Glosario básico.
2. Aproximación al protocolo.
3. El sesgo cultural en el protocolo.
4. Actos públicos / Actos privados.
5. Normativa sobre protocolo.
6. Protocolo y sector privado.
7. Tipos de protocolo.
8. Necesidad de un protocolo empresarial.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EN LAS EMPRESAS.

1. Políticas de Comunicación Integral (PCI).
2. La formación comunicacional de los directivos.
3. Cómo se planifica un acto público.
4. La seguridad en los actos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRATAMIENTOS, PRESENTACIONES, SALUDOS, VISITAS, PUNTUALIDAD Y VESTIMENTA.

1. El concepto de cortesía.
2. Recibimiento de visitas en un despacho.
3. La puntualidad.
4. El vestuario.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INVITACIONES, PRECEDENCIAS Y PRESIDENCIAS.

1. Las invitaciones.
2. La precedencia.
3. Las presidencias.
4. El invitado de honor y la cesión de la presidencia.
5. Acomodación de los invitados
6. Los banquetes.
7. Formas en la mesa.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTOCOLO INSTITUCIONAL.

1. Elementos del Estado.
2. Las Comunidades Autónomas.
3. Títulos nobiliarios.
4. Los tratamientos honoríficos.
5. Condecoraciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA.

1. Necesidad del protocolo en la empresa.
2. Seleccionar y colocar invitados en los actos.
3. Las reuniones de negocios.
4. Agasajos en los negocios.
5. Exhibiciones comerciales.
6. Inauguración de empresa.
7. Visita a empresa.
8. Entrega de distinciones empresariales.
9. Viaje de negocios.
10. Negociación con delegaciones.

PARTE 3. PROTOCOLO EN EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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. Negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Aspectos renegociables
4. Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones
5. Programación del evento: tipología de actos en función de tipología de eventos: sesiones, presentaciones, descansos, comidas, ceremonias, espectáculos y exposiciones
6. Programación de la logística y de los recursos humanos
7. Programación de ofertas pre y post evento en función de la tipología de los participantes, tales

como ponentes, delegados, acompañantes, comités organizadores y científicos

8. Gestión de espacios comerciales y de patrocinios
9. Presidencias honoríficas y participación de personalidades
10. Confección de cronogramas
11. Previsión de situaciones emergentes; planes de contingencia; planes de seguridad
12. Presupuestación del evento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. 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 4. EL ORGANIZADOR DE EVENTOS (RELACIONES PÚBLICAS)

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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

PARTE 4. RELACIONES INSTITUCIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Introducción a la comunicación en la empresa
2. Proceso y elementos de la comunicación
3. La calidad de las comunicaciones empresariales
4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas
5. Tipologías de comunicación empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL

1. PCI o políticas de comunicación integral
2. Formación en comunicación de los directivos
3. Organización de actos públicos
4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN

1. Definición de negociación
2. Características generales de la negociación
3. Elementos fundamentales
4. Proceso de negociación y fases principales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN

1. Definición de estrategias en negociación
2. Técnicas y tácticas de negociación
3. Elementos prácticos de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR

1. Características de la personalidad del negociador
2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
3. Propiedades del sujeto negociador
4. Tipos de sujetos negociadores

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APROXIMACIÓN AL PROTOCOLO

1. ¿Qué es el protocolo?
2. El sesgo cultural en el protocolo
3. Actos públicos/Actos privados
4. Normativa sobre protocolo
5. Protocolo y sector privado
6. Tipos de protocolo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROTOCOLO EN LA ADMINISTRACIÓN LOCAL

1. Introducción a la Administración Local
2. Entidades de la Administración Local
3. Competencias y potestades en la Administración Local
4. Financiación de la Administración Local
5. Símbolos en la Administración Local y su protocolo de actuación
6. Protocolo y vida local

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIÓN DEL PROTOCOLO EN ACONTECIMIENTOS LOCALES COMUNES

1. Precedencias en la legislación estatal y autonómica
2. Hermanamiento entre ciudades
3. Condecoraciones de la Administración Local
4. Tomas de posesión de alcaldes
5. Inauguraciones y discursos

6. Visitas protocolarias
7. Fiestas locales
8. Celebración de bodas civiles

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CLASIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES

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

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. INVITACIONES, PRESIDENCIAS Y PRECEDENCIAS

1. Las invitaciones
2. Las mesas
3. Las presidencias
4. Las precedencias
5. Colocación de los invitados

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción
2. Concepto y definición de relaciones públicas
3. Elementos de las relaciones públicas
4. Análisis de los públicos
5. El contexto económico empresarial actual: las relaciones públicas como práctica de la responsabilidad social
6. Implicaciones del marketing social en las relaciones públicas
7. La integración de las relaciones públicas en el plan de comunicación
8. La efectividad y la investigación en las relaciones públicas

9. Análisis del posicionamiento según Ries y Trout: publicidad vs relaciones públicas

PARTE 5. RELACIONES PÚBLICAS

MÓDULO 1. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Definición de comunicación
2. Elementos y características de la comunicación
3. Teorías comunicativas según el contexto
4. Obstáculos comunicativos
5. Tipologías comunicativas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1. Habilidades de la conversación
2. Proceso de escucha
3. Importancia de la empatía en la comunicación
4. Reformulación de comunicaciones
5. Cómo lograr la aceptación incondicional
6. La habilidad de personalizar
7. La confrontación en la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Introducción a la comunicación en la empresa
2. Proceso y elementos de la comunicación
3. La calidad de las comunicaciones empresariales
4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas
5. Tipologías de comunicación empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL

1. PCI o políticas de comunicación integral
2. Formación en comunicación de los directivos
3. Organización de actos públicos
4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO EMPRESARIAL

1. Introducción al proceso directivo
2. Características y teorías de liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL

1. Conceptualización de motivación laboral
2. Características y teorías de la motivación laboral
3. Liderazgo y motivación
4. Logro de satisfacción laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN

1. Definición de negociación
2. Características generales de la negociación
3. Elementos fundamentales
4. Proceso de negociación y fases principales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN

1. Definición de estrategias en negociación
2. Técnicas y tácticas de negociación
3. Elementos prácticos de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR

1. Características de la personalidad del negociador
2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
3. Propiedades del sujeto negociador
4. Tipos de sujetos negociadores

MÓDULO 2. MARKETING RELACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

UNIDAD DIDÁCTICA 12. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 13. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

1. La base de datos

2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA CONOCER AL CLIENTE

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 15. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

UNIDAD DIDÁCTICA 16. GENERACIÓN DE LEADS

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

MÓDULO 3. SOCIAL MEDIA Y RELACIONES PÚBLICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 17. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 18. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 19. ATENCIÓN AL CLIENTE EN FACEBOOK

1. Introducción
2. Escucha activa
3. Uso de chatbots en Facebook Messenger
4. Información de la Fanpage
5. Gestión de Comentarios
6. Reseñas o valoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 20. ATENCIÓN AL CLIENTE EN TWITTER

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Agregar un botón de mensaje
4. Configurar mensajes de bienvenida
5. Deep Links
6. Monitorización
7. Gestión de comentarios
8. Gestionar crisis de reputación en Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 21. ATENCIÓN AL CLIENTE EN INSTAGRAM

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Instagram Direct
4. Gestión de comentarios
5. Herramientas de Análisis y monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 22. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

MÓDULO 4. RELACIONES PÚBLICAS Y GABINETES DE PRENSA

UNIDAD DIDÁCTICA 23. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción
2. Concepto y definición de relaciones públicas
3. Elementos de las relaciones públicas
4. Análisis de los públicos
5. El contexto económico empresarial actual: las relaciones públicas como práctica de la responsabilidad social

6. Implicaciones del marketing social en las relaciones públicas
7. La integración de las relaciones públicas en el plan de comunicación
8. La efectividad y la investigación en las relaciones públicas
9. Análisis del posicionamiento según Ries y Trout: publicidad vs relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GABINETES DE PRENSA Y NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. Introducción y planteamiento general
2. Consideraciones preliminares
3. La personalización de las relaciones con la prensa
4. Negociación de las partidas y noticiabilidad
5. Gestión y coordinación
6. Desarrollo del trabajo del gabinete

PARTE 6. 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

