



Organización de eventos de marketing y comunicación

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Caracterizar eventos y actos de marketing y comunicación, en función de diferentes objetivos, tipos de público al que se dirige, protocolo y trámites administrativos necesarios para su ejecución. Determinar las condiciones de ejecución y prestación del servicio o producto de distintos proveedores de eventos y acciones de marketing y comunicación. Elaborar informes de control y evaluación de resultados del desarrollo de distintos tipos de actos y eventos de marketing y comunicación.

Contenidos:

Tema 1. Planificación de eventos de Marketing y Comunicación.

- 1.1 Imagen y de comunicación de la empresa.
- 1.2 Eventos en marketing y comunicación.
- 1.3 Documentación interna de planificación.
- 1.4 Atención especial a autoridades.
- 1.5 Comunicación de eventos entre otros.

Tema 2. Gestión y contratación de espacios, medios y personas para eventos.

- 2.1 Selección y negociación de ofertas.
- 2.2 Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios.
- 2.3 Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos.
- 2.4 Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de Marketing y Comunicación.

Tema 3. Control y seguimiento de eventos de marketing y comunicación.

- 3.1 Supervisión y seguimiento de eventos.
- 3.2 Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de





servicio técnico.

3.3 Repercusión en los medios y Dossier de prensa.

3.4 Calidad en los servicios de gestión de eventos.

3.5 Evaluación de servicios requeridos por los eventos.

3.6 Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos.

