

La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



Organización de eventos de marketing y comunicación

Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

Objetivos:

Adquirir las competencias profesionales necesarias para asistir en la definición, organización, difusión y supervisión de acciones promocionales y eventos, de planes de marketing y comunicación, y realizar actividades auxiliares de organización y seguimiento al plan de medios, para lanzar y prolongar la existencia de productos, servicios y marcas, reforzando la imagen de la organización, y utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.

Contenidos:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Planificación de eventos de marketing y comunicación 1.1 Imagen y de comunicación de la empresa 1.1.1 Mercenazgo, patrocinio y colaboración 1.1.2 Consolidación de marcas y productos 1.2 Eventos en marketing y comunicación 1.2.1 Ferias 1.2.2 Actos promocionales 1.2.3 Actos institucionales 1.2.4 Congresos 1.2.5 Recepciones 1.2.6 Ruedas de prensa y otros eventos 1.3 Documentación interna de planificación 1.3.1 Cronograma y Organización de eventos 1.3.2 Planos, información práctica. 1.3.3 Seguridad del evento 1.4 Atención especial a autoridades 1.5 Comunicación de eventos entre otros 1.5.1 Correspondencia 1.5.2 Publicidad del evento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. Gestión y contratación de espacios, medios y personas para eventos 2.1 Selección y negociación de ofertas. 2.1.1 Especificaciones del lugar, material y equipo necesario 2.1.2 Lugares de celebración 2.1.3 Proveedores de servicios 2.2 Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios 2.2.1 Contratación de servicios de logística y catering del evento 2.2.2 Contratación de otros medios de apoyo al evento 2.3 Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos: 2.3.1 Personal para el evento 2.3.2 Contratación y transmisión de instrucciones y normas 2.4 Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación 2.4.1 Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de eventos



La manera más sencilla de que crezca
tu organización

**CON LOS LÍDERES EN
FORMACIÓN**



UNIDAD DIDÁCTICA 3. Control y seguimiento de eventos de marketing y comunicación 3.1 Supervisión y seguimiento de eventos 3.1.1 Control de participantes 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 3.4.1 Tratamiento de las reclamaciones y quejas 3.4.2 Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos 3.5 Evaluación de servicios requeridos por los eventos: 3.5.1 Elaboración de informes de actos y eventos 3.5.2 Indicadores de calidad del evento 3.5.3 Cuestionarios de satisfacción 3.6 Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos.