

# POSTGRADO

## POSTGRADO EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

IEP010



## DESTINATARIOS

El postgrado en organización de eventos de marketing y comunicación está dirigido a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores del sector del periodismo y la comunicación. Permite conocer la planificación de eventos de marketing y comunicación, la gestión y contratación de espacios, medios y personas para eventos, el control y seguimiento de eventos de marketing y comunicación, el protocolo y comunicación personal y corporativa y la ceremonial de actos y eventos de marketing y comunicación.

## MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ONLINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

## DURACIÓN

La duración del curso es de 300 horas.

## IMPORTE

IMPORTE ORIGINAL: ~~1520€~~

**IMPORTE ACTUAL: 380€**

## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "POSTGRADO EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN", de INSTITUTO EUROPEO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN, UNIDAD DIDÁCTICA avalada por nuestra condición de socios de la AEC máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

## MÓDULO 1. GESTIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

### UNIDAD FORMATIVA 1. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

1. Imagen y de comunicación de la empresa:
  - Mecenazgo, patrocinio y colaboración.
  - Consolidación de marcas y productos.
2. Eventos en marketing y comunicación:
  - Ferias.
  - Actos promocionales.
  - Actos institucionales.
  - Congresos.
  - Recepciones.
  - Ruedas de prensa y otros eventos.
3. Documentación interna de planificación.
  - Cronograma y Organización de eventos.
  - Planos, información práctica.
  - Seguridad del evento.
4. Atención especial a autoridades.
5. Comunicación de eventos entre otros:
  - Correspondencia.
  - Publicidad del evento.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTRATACIÓN DE ESPACIOS, MEDIOS Y PERSONAS PARA EVENTOS.

1. Selección y negociación de ofertas.
  - Especificaciones del lugar, material y equipo necesario.
  - Lugares de celebración.
  - Proveedores de servicios.
2. Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios.
  - Contratación de servicios de logística y catering del evento.
  - Contratación de otros medios de apoyo al evento.
3. Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos:
  - Personal para el evento.
  - Contratación y transmisión de instrucciones y normas.
4. Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación.
  - Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de eventos.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.**

1. Supervisión y seguimiento de eventos.
  - Control de participantes.
2. Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico.
3. Repercusión en los medios y Dossier de prensa.
4. Calidad en los servicios de gestión de eventos.
5. Tratamiento de las reclamaciones y quejas.
  - Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos.
6. Evaluación de servicios requeridos por los eventos.
  - Elaboración de informes de actos y eventos.
  - Indicadores de calidad del evento.
  - Cuestionarios de satisfacción.
7. Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos.

## **UNIDAD FORMATIVA 2. PROTOCOLO EN EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN PERSONAL Y CORPORATIVA.**

1. Relaciones entre protocolo e imagen corporativa:
  - Naturaleza del protocolo empresarial.
  - Manual de protocolo de la empresa.
  - Comunicación corporativa.
2. Tipos de protocolo:
  - Protocolo social.
  - Protocolo académico.
  - Protocolo internacional.
  - Protocolo de banquetes y comidas.
  - Protocolo de normas de expresión y comportamiento a través de Internet.
  - Protocolo de actos deportivos.
  - Protocolo de atención.
  - Protocolo de seguridad.
3. Habilidades sociales y relaciones interpersonales.
  - Normas de comportamiento y educación social.
  - Relaciones personales y relaciones de grupo: similitudes y diferencias.
  - Psicología individual y social básica aplicada a actos sociales.
  - Liderazgo, empatía y asertividad.
4. La imagen personal.
  - Elección del vestuario.
  - Formas de saludar.
5. Formas protocolares de expresión oral:
  - Comunicación verbal.
  - El lenguaje corporal.
6. Formas protocolares de expresión escrita.
7. Atención a los medios de comunicación y prensa.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. CEREMONIAL DE ACTOS Y EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.**

1. Legislación de protocolo y ceremonial del Estado, Académico y Religioso.
2. Ceremonial y protocolo institucional aplicado a eventos de empresas.
3. Normas y usos habituales en actos protocolarios:
  - Decoración y elementos escenográficos.
  - Disposición de autoridades.
  - Uso de símbolos oficiales: banderas, himnos, logotipos e imágenes de empresa.
  - Orden de intervenciones y jerarquía.
  - Atención a invitados y acompañantes.
4. Desarrollo de actos y eventos protocolarios:
  - Incidencias habituales en el desarrollo de actos y eventos.
  - Fórmulas de resolución.