

## Curso: Organización de eventos de marketing y comunicación

**Familia Profesional: Comercio y Marketing**

**Modalidad:** On-line (Teleformación)

**Duración:** 25 horas

### 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

### **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.