

# **GESTIÓN DE EVENTOS. MF1056\_3**

SKU: EVOL-1844-iNO-B | Categorías: ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN, Protocolo Empresarial, Protocolo Institucional y Organización de Eventos

## INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas <u>150</u>

Más información

CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE

**PROFESIONALIDAD** 

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

#### Gestión de Eventos

#### **Objetivos**

El Mercado de Reuniones abarca el segmento del mercado turístico que se ocupa de la organización de actos públicos o privados a los que asisten determinados grupos de personas con una motivación común, ya sea de carácter político, comercial, empresarial, científico, deportivo, académico o social. La distinta finalidad del evento, su magnitud, la entidad generadora o prescriptor marcará el carácter del acto, y las peculiaridades que su organización encierra. Este curso dotará al alumno de los conocimientos necesarios para gestionar todo tipo de eventos.

#### **Contenidos**

1. MÓDULO 1. GESTIÓN DE EVENTOS

#### UNIDAD FORMATIVA 1. GESTIÓN DE PROTOCOLO

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 FORMATIVA 2. PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE EVENTOS



Telefono y whatsapp +34 630 06 65 14

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL TURISMO DE REUNIONES Y SU DEMANDA DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS.

- 1. El turismo de reuniones: concepto y evolución histórica; situación y tendencias; el turismo de reuniones como producto especializado del turismo urbano.
- 2. Las características diferenciadas y específicas de este tipo de demanda.
- 3. Mecanismos de decisión. Impactos en los destinos y en sus restantes productos turísticos.
- 4. Incorporación a la cadena turística de servicios considerados tradicionalmente como servicios a las empresas o no turísticos.
- 5. Agentes turísticos específicos: organizadores profesionales de eventos, agencias de viajes especializadas y otros. Evolución.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES DE TURISMO DE REUNIONES.

- 1. Factores que determinan la especialización de un destino para turismo de reuniones: imagen de marca, infraestructuras especializadas, capacidad de alojamiento, servicios especializados y oferta complementaria.
- 2. Características y análisis comparativo de los principales destinos de turismo de reuniones a nivel nacional e internacional.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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:

# UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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:



Telefono y whatsapp +34 630 06 65 14

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. SERVICIOS REQUERIDOS EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

- 1. Servicios de alojamiento y restauración: Establecimientos. Tipos y características. Formas de servicios. Tarifas.
- 2. Servicios y métodos de reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones.
- 3. Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción, como interpretación de conferencias, traducción de cintas y locuciones o traducción escrita.
- 4. Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos.
- 5. Servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones.
- 6. Secretaría técnica y secretaría científica.
- 7. Servicios de animación cultural y producción de espectáculos.
- 8. Transportes de acceso a la sede del evento y transportes internos colectivos:
- 9. Servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales.
- 10. Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos.
- 11. Otros servicios requeridos en los eventos:

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA LA GESTIÓN DE EVENTOS.

- 1. Tipos y comparación.
- 2. Programas a medida y oferta estándar del mercado.
- 3. Aplicación de programas integrales para la gestión de las secretarías técnica y científica, pagos y reservas on-line.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL EVENTO COMO PROYECTO: ORGANIZACIÓN.

- 1. La organización del evento: Definición de funciones y tareas.
- 2. Comités y secretarías: funciones y coordinación.
- Gestión de colaboraciones y patrocinios.
- 4. Soportes y medios para ofrecer información del evento.
- 5. Difusión del evento y captación de participantes.
- 6. Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos.
- 7. Funciones y responsabilidades.
- 8. Procedimientos e instrucciones de trabajo.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL EVENTO COMO PROYECTO: DIRECCIÓN Y CONTROL.

- 1. Control de inscripciones.
- 2. Control de cobros.
- 3. Confirmaciones de inscripción, asignación de espacios en exposiciones y otras comunicaciones a inscritos.
- 4. Protección de datos personales.
- 5. Documentación del evento.
- 6. Procesos administrativos y contables.
- 7. Seguimiento del proyecto. Actuaciones ante desviaciones.
- 8. Coordinación.
- 9. Evaluación de servicios y suministros.
- 10. Formalización de contratos. Documentación.
- 11. Supervisión y control del desarrollo del evento.



Organización de Eventos

Telefono y whatsapp +34 630 06 65 14

- 12. Coordinación y recursos de comunicación, puntualidad en los actos, protocolo, seguridad, servicio técnico, reclamaciones, quejas, conflictos y otras situaciones emergentes.
- 13. Documentos de control del evento:
- 14. El informe final del evento.
- 15. Balances económicos.

### UNIDAD FORMATIVA 3. COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA DE GESTIÓN DE EVENTOS.

- 1. La oferta de los destinos especializados.
- 2. Vías y fórmulas de comercialización.
- 3. La oferta de los organizadores de eventos. Marca corporativa e imagen.
- 4. Público objetivo.
- 5. Canales de distribución. Soportes. Estrategias de distribución.
- 6. Técnicas y estrategias de fidelización.
- 7. Acciones y soportes promocionales.
- 8. La oferta específica: características y presentación.
- 9. Fuentes de información sobre eventos.

# UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIÓN, ATENCIÓN AL CLIENTE Y TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN EN LA GESTIÓN DE EVENTOS.

- 1. La comunicación interpersonal. Procesos. Barreras. Saber escuchar y preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica.
- 2. Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes.
- 3. Tipología de clientes.
- 4. La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales.
- 5. Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica.
- 6. La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas.
- 7. Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas. Procedimientos. Normativa.
- 8. Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal.

Tal vez te interese este curso: Organización de eventos de marketing y comunicación

O quizá este otro: Gestión de Eventos de Marketing y Comunicación

Síguenos en: Instagram

