

# GESTIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN. MF2187\_3

SKU: EVOL-3399-iNO-B | Categorías: [COMERCIO Y MARKETING](#), [Comercio y Marketing](#)

## INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [90](#)

Más información

[CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

### Gestión de Eventos de Marketing y Comunicación

#### Objetivos

En el ámbito del mundo del comercio y del marketing, es necesario conocer los diferentes campos de la gestión de marketing y comunicación, dentro del área profesional de marketing y relaciones públicas. Así, con el presente curso se pretende aportar los conocimientos necesarios para la gestión de eventos de marketing y comunicación.

#### Contenidos

1. 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:
  2. - Mecenazgo, patrocinio y colaboración.
  3. - Consolidación de marcas y productos.
4. Eventos en marketing y comunicación:
  5. - Ferias.
  6. - Actos promocionales.
  7. - Actos institucionales.
  8. - Congresos.



9. - Recepciones.
10. - Ruedas de prensa y otros eventos.
11. Documentación interna de planificación.
12. - Cronograma y Organización de eventos.
13. - Planos, información práctica.
14. - Seguridad del evento.
15. Atención especial a autoridades.
16. Comunicación de eventos entre otros:
17. - Correspondencia.
18. - Publicidad del evento.

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

1. Selección y negociación de ofertas.
2. - Especificaciones del lugar, material y equipo necesario.
3. - Lugares de celebración.
4. - Proveedores de servicios.
5. Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios.
6. - Contratación de servicios de logística y catering del evento.
7. - Contratación de otros medios de apoyo al evento.
8. Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos:
9. - Personal para el evento.
10. - Contratación y transmisión de instrucciones y normas.
11. Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación.
12. - 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.
2. - Control de participantes.
3. Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico.
4. Repercusión en los medios y Dossier de prensa.
5. Calidad en los servicios de gestión de eventos.
6. - Tratamiento de las reclamaciones y quejas.
7. - Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos.
8. Evaluación de servicios requeridos por los eventos.
9. - Elaboración de informes de actos y eventos.
10. - Indicadores de calidad del evento.
11. - Cuestionarios de satisfacción.
12. 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:
2. - Naturaleza del protocolo empresarial.
3. - Manual de protocolo de la empresa.
4. - Comunicación corporativa.
5. Tipos de protocolo:
6. - Protocolo social.
7. - Protocolo académico.
8. - Protocolo internacional.
9. - Protocolo de banquetes y comidas.
10. - Protocolo de normas de expresión y comportamiento a través de Internet.
11. - Protocolo de actos deportivos.
12. - Protocolo de atención.
13. - Protocolo de seguridad.
14. Habilidades sociales y relaciones interpersonales.
15. - Normas de comportamiento y educación social.
16. - Relaciones personales y relaciones de grupo: similitudes y diferencias.
17. - Psicología individual y social básica aplicada a actos sociales.
18. - Liderazgo, empatía y asertividad.
19. La imagen personal.
20. - Elección del vestuario.
21. - Formas de saludar.
22. Formas protocolares de expresión oral:
23. - Comunicación verbal.
24. - El lenguaje corporal.
25. Formas protocolares de expresión escrita.
26. 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:
4. - Decoración y elementos escenográficos.
5. - Disposición de autoridades.
6. - Uso de símbolos oficiales: banderas, himnos, logotipos e imágenes de empresa.
7. - Orden de intervenciones y jerarquía.
8. - Atención a invitados y acompañantes.
9. Desarrollo de actos y eventos protocolarios:
10. - Incidencias habituales en el desarrollo de actos y eventos.
11. - Fórmulas de resolución.



Tal vez te interese este curso: [Marketing cultural](#)

O quizá este otro: [Marketing Turístico](#)

Síguenos en: [Instagram](#)

