

OBJETIVO

Esta acción formativa se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente al Módulo Formativo MF2187_3 Gestión de eventos de marketing y comunicación regulada en el Real Decreto 614/2013, de 2 de Agosto, que permita al alumnado 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.

DURACIÓN Y MODALIDAD

90 HORAS

NIVEL DE ACCESO

Nivel 3 de acceso

CONTENIDO

UNIDAD FORMATIVA 1. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UD1. 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. Documentación interna de planificación.
6. Cronograma y Organización de eventos.
7. Planos, información práctica.
8. Seguridad del evento.
9. Atención especial a autoridades.
10. Comunicación de eventos.
11. Publicidad del evento.

UD2. 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. Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos
6. Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación.
7. Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de eventos.

UD3. 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

UD1. 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. Habilidades sociales y relaciones interpersonales.
7. La imagen personal.
8. Formas protocolares de expresión oral:
9. El lenguaje corporal.
10. Formas protocolares de expresión escrita.
11. Atención a los medios de comunicación y prensa.

UD2. 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. Desarrollo de actos y eventos protocolarios