



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

MF2187_3 Gestión de Eventos de Marketing y Comunicación

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este curso 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.

CONTENIDOS

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



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es