



ESCUELA DE
TURISMO & GASTRONOMÍA
DE LOS PÍNEOS

MAESTRÍA INTERNACIONAL EN GESTIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

LTUR001



Certificación universitaria internacional

Escuela asociada a:





DESTINATARIOS

La **Maestría Internacional en Gestión de Eventos de Marketing y Comunicación** está dirigido a todas aquellas personas que quieran ampliar sus conocimientos en el ámbito de la planificación y organización de eventos, la gestión de espacios, el personal y la comunicación corporativa. A lo largo de la formación, el alumno estudiará lo que significa e implica un evento para una compañía, incluyendo las gestiones de presupuesto y de *timing*. También conocerá las habilidades sociales necesarias para llevar a cabo una buena comunicación personal y adquirirá las competencias profesionales que cualquier organizador de eventos debe poseer. Por otro lado, también aprenderá las formas protocolarias de expresión oral, escrita y de atención a los medios de comunicación que deben seguir los alumnos para llegar a ser unos buenos profesionales. Asimismo, el estudiante también podrá introducirse en el mundo laboral y poner en práctica los conocimientos adquiridos con las prácticas garantizadas en una empresa que ofrecen estos estudios.



MODALIDAD

ON LINE: una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.



DURACIÓN

La duración del curso es de 1500 horas.



IMPORTE

Importe Original: ~~1760\$~~

Importe Actual: 880\$



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica la “MAESTRÍA INTERNACIONAL EN GESTIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN”, de la ESCUELA DE TURISMO&GASTRONOMÍA DE LOS PIRINEOS avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

El alumno tiene la opción de solicitar junto a su diploma un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además, podrá solicitar una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.

La titulación puede disponer de la APOSTILLA DE LA HAYA (Certificación Oficial que da validez a la Titulación ante el Ministerio de Educación de más de 200 países de todo el mundo).



CONTENIDO FORMATIVO

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:
 - Mecenazgo, patrocinio y colaboración.
 - Consolidación de marcas y productos.
2. Eventos en marketing y comunicación:
 - Ferias.
 - Actos promocionales.
 - Actos institucionales.
 - Congresos.
 - Recepciones.
 - Ruedas de prensa y otros eventos.
3. Documentación interna de planificación.
 - Cronograma y Organización de eventos.
 - Planos, información práctica.
 - Seguridad del evento.
4. Atención especial a autoridades.
5. Comunicación de eventos entre otros:
 - Correspondencia.
 - Publicidad del evento.

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

1. Selección y negociación de ofertas.
 - Especificaciones del lugar, material y equipo necesario.
 - Lugares de celebración.
 - Proveedores de servicios.
2. Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios.
 - Contratación de servicios de logística y catering del evento.
 - Contratación de otros medios de apoyo al evento.
3. Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos:
 - Personal para el evento.
 - Contratación y transmisión de instrucciones y normas.
4. Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación.
 - 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.
 - Control de participantes.
2. Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico.
3. Repercusión en los medios y Dossier de prensa.
4. Calidad en los servicios de gestión de eventos.
 - Tratamiento de las reclamaciones y quejas.
 - Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos.
5. Evaluación de servicios requeridos por los eventos.
 - Elaboración de informes de actos y eventos.
 - Indicadores de calidad del evento.
 - Cuestionarios de satisfacción.
6. 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:
 - Naturaleza del protocolo empresarial.
 - Manual de protocolo de la empresa.
 - Comunicación corporativa.
2. Tipos de protocolo:
 - Protocolo social.
 - Protocolo académico.
 - Protocolo internacional.
 - Protocolo de banquetes y comidas.
 - Protocolo de normas de expresión y comportamiento a través de Internet.
 - Protocolo de actos deportivos.
 - Protocolo de atención.
 - Protocolo de seguridad.
3. Habilidades sociales y relaciones interpersonales.
 - Normas de comportamiento y educación social.
 - Relaciones personales y relaciones de grupo: similitudes y diferencias.
 - Psicología individual y social básica aplicada a actos sociales.
 - Liderazgo, empatía y asertividad.
4. La imagen personal.
 - Elección del vestuario.
 - Formas de saludar.

5. Formas protocolares de expresión oral:
 - Comunicación verbal.
 - El lenguaje corporal.
6. Formas protocolares de expresión escrita.
7. 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.
4. Normas y usos habituales en actos protocolarios:
 - Decoración y elementos escenográficos.
 - Disposición de autoridades.
 - Uso de símbolos oficiales: banderas, himnos, logotipos e imágenes de empresa.
 - Orden de intervenciones y jerarquía.
 - Atención a invitados y acompañantes.
5. Desarrollo de actos y eventos protocolarios:
 - Incidencias habituales en el desarrollo de actos y eventos.
 - Fórmulas de resolución.