

Organización, gestión y planificación de eventos

Duración: 60 h

Objetivos

Facilitar las herramientas para aprender a gestionar la organización de un evento (congreso, feria, deportivo, etc.) de la forma más eficiente posible para alcanzar el éxito.

TEMARIO

TEMA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

Introducción

Tipos de reuniones

Terminología usada en las reuniones, juntas y asambleas

Preparación de las reuniones

Etapas de una reunión

TEMA 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Tipos de Eventos

Organización del Evento

Condiciones técnicas y económicas requeridas al servicio contratado

Medios de cobro y pago

TEMA 3. EL ORGANIZADOR DE EVENTOS (RELACIONES PÚBLICAS)

Definición y concepto de Relaciones Públicas

Como montar una operación de relaciones públicas

TEMA 4. PROTOCOLO EMPRESARIAL PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Introducción

Real Decreto 2099/83 Ordenamiento General de precedencias en el Estado

El regalo en la empresa

La etiqueta

Ubicación correcta de símbolos

La imagen de la empresa

TEMA 5. LA COMUNICACIÓN

Conceptualización de la comunicación

Elementos constitutivos de la comunicación

Teorías de la comunicación según el contexto

Obstáculos en la comunicación

Tipos de comunicación

TEMA 6. LA COMUNICACIÓN EN EL PROTOCOLO EMPRESARIAL

Políticas de Comunicación Integral (PCI)

La formación comunicacional de los directivos

Cómo hablar en público

El comportamiento ante los medios de comunicación

TEMA 7. CLASIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES

Cómo se planifica un acto público

Tipos de eventos

La seguridad en los actos

TEMA 8. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS (I)

Concepto de certamen ferial: Tipología de ferias

Formas de composición organizativa de las ferias

Organización de un recinto ferial

Gestión operativa de un Certamen ferial

TEMA 9. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (II)

Oferta y demanda de eventos feriales

Marketing y comunicación ferial

Comercialización del evento

TEMA 10. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (I)

Precongreso

El congreso: días previos y celebración

La candidatura

El Comité Organizador

Definición del Congreso

Naturaleza del Congreso

Objetivos

Participantes

Elección de sede y fechas

La imagen

Medios

Comité de honor

TEMA 11. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (II)

Las Secretarías del Congreso

Financiación del Congreso

Postcongreso

TEMA 12. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (I)

Deporte y protocolo

Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo

Estrategia de Marketing

Elaboración de Presupuestos

Creación del Comité de dirección y coordinación

TEMA 13. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (II)

Planificación estratégica

Fases de la planificación estratégica

Planificación deportiva

Tipos de planificaciones

Proceso planificador

La gestión deportiva

Punto de encuentro entre oferta y demanda

El proyecto deportivo

Dirección de proyectos deportivos

TEMA 14. BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO

Introducción

Beneficios socioeconómicos fundamentales

Beneficios sociopolíticos

Repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

TEMA 15. PATROCINIO DE EVENTOS: EL PATROCINIO DE UN EVENTO DEPORTIVO

Introducción

El patrocinio deportivo en España

Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos

Intereses y exigencias de los patrocinadores

TEMA 16. HABILIDADES Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

Habilidades conversacionales

La escucha

La empatía

La reformulación

La aceptación incondicional

La destreza de personalizar

La confrontación

TEMA 17. PUBLICIDAD, MARKETING Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA

La publicidad

Identidad corporativa

ANEXO 1. EJEMPLO PRÁCTICO DE PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

¿Por qué organizamos un evento?

Planificación y Organización del Evento

Formato del evento y Público objetivo

Presupuesto y programación

Destino y lugar de celebración