



Asesoramiento y Formación en Gestión Empresarial

MASTER EN

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y PROTOCOLO

Formación ONLINE

"Una forma diferente de entender la formación"



INTRODUCCIÓN

Actualmente hay una gran especialización a la hora de diseñar, gestionar y organizar cualquier tipo de evento, sea en el sector que sea. Además, la organización de un evento se configura como una gran oportunidad para realizar acciones comerciales y aumentar los beneficios de cualquier empresa.

En este Master de Organización de Eventos y Protocolo se desarrollan los conocimientos y habilidades válidos para la planificación y organización de todo tipo de eventos. Se facilitan las herramientas para aprender a diseñar, gestionar y organizar eventos (congreso, feria, deportivo, etc.) de la forma más eficiente para alcanzar el éxito.

El contenido del Master se divide en seis bloques de contenido que son los siguientes:

- I.- Planificación del evento
- II.- Diseño del evento
- III.- Comercialización del evento
- IV.- Gestión y dirección de eventos especializados
- V.- Relaciones públicas
- VI.- Protocolo y comunicación empresarial

OBJETIVOS

El objetivo fundamental del Master en Organización de Eventos y Protocolo es el de capacitar al participante para la Dirección y Organización de Eventos:

- Diseño, planificación, presupuesto y evaluación de un evento.
- Técnicas organizativas en el desarrollo de un evento.
- Diseño de eventos según segmentos de mercado.
- Aplicación de normas de protocolo según tipo de evento.

DIRIGIDO A

El Master en Organización de Eventos y Protocolo está orientado tanto a Graduados Universitarios, o con Ciclo formativo de Grado Superior, que ejerzan o puedan ejercer profesionalmente las funciones de Dirección y Gestión de cualquier tipo de evento, como en general a cualquier persona interesada en obtener una formación de calidad en la Dirección, Gestión y Organización de Eventos.

METODOLOGÍA DE ESTUDIO

Este master se imparte con metodología 100% **Online** y flexible; el alumno decide cuándo y dónde lo realiza. El curso se realiza en nuestro Campus Virtual con el apoyo de un dinamizador que acompaña al alumno durante toda su formación.

Cognitiom ofrece un trato cercano a sus alumnos, atendiéndoles activamente y facilitando en todo momento la consecución de los objetivos de aprendizaje del alumno.

DURACIÓN

El alumno dispone de **12 meses** para realizar el curso de **600 horas** lectivas.

PRECIO EMAGISTER

- IMPORTE ORIGINAL:	4.270€
- DESCUENTO:	50%
- IMPORTE ACTUAL:	2.135 €

Esta formación **se puede financiar** de manera fraccionada.

TITULACIÓN

Finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá diploma acreditativo como "**Master en ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y PROTOCOLO**", expedido por COGNITIOM Formación, entidad especializada en formación para profesionales y empresas, y avalada por su condición de socio de la **Asociación Española de Calidad**.

BOLSA DE TRABAJO

Todos nuestros alumnos dispondrán, con carácter **gratuito**, del servicio de **Bolsa de Trabajo y Prácticas** con el objetivo de facilitarles el acceso a las ofertas de empleo y prácticas disponibles en el mercado y que puedan mejorar profesionalmente.

PROGRAMA

PARTE 1. PLANIFICACIÓN DEL EVENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL EVENTO COMO PROYECTO: PLANIFICACIÓN, PRESUPUESTACIÓN Y ORGANIZACIÓN.

1. Fuentes y medios de acceso a la información
2. Criterios de selección de servicios, prestatarios e intermediarios
3. Negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Aspectos renegociables
4. Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones
5. Programación del evento: tipología de actos en función de tipología de eventos: sesiones, presentaciones, descansos, comidas, ceremonias, espectáculos y exposiciones
6. Programación de la logística y de los recursos humanos

7. Programación de ofertas pre y post evento en función de la tipología de los participantes, tales como ponentes, delegados, acompañantes, comités organizadores y científicos
8. Gestión de espacios comerciales y de patrocinios
9. Presidencias honoríficas y participación de personalidades
10. Confección de cronogramas
11. Previsión de situaciones emergentes; planes de contingencia; planes de seguridad
12. Presupuestación del evento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. SERVICIOS REQUERIDOS EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

1. Servicios de alojamiento y restauración: Establecimientos. Tipos y características. Formas de servicios. Tarifas
2. Servicios y métodos de reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones
3. Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción, como interpretación de conferencias, traducción de cintas y locuciones o traducción escrita
4. Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos
5. Servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones
6. Secretaría técnica y secretaría científica
7. Servicios de animación cultural y producción de espectáculos
8. Transportes de acceso a la sede del evento y transportes internos colectivos
9. Servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales
10. Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos
11. Otros servicios requeridos en los eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EVENTOS Y PROTOCOLO.

1. El concepto de protocolo
2. Clases de protocolo
3. Descripción de las razones y aplicaciones más habituales del protocolo en diferentes eventos.
4. Aplicación de las técnicas de protocolo más habituales
5. Aplicación de las técnicas más habituales de presentación personal.
6. El protocolo aplicado a la restauración.

PARTE 2. DISEÑO DEL EVENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL EVENTO COMO PROYECTO: DIRECCIÓN Y CONTROL.

1. Control de inscripciones.

2. Control de cobros.
3. Confirmaciones de inscripción, asignación de espacios en exposiciones y otras comunicaciones a inscritos.
4. Protección de datos personales.
5. Documentación del evento.
6. Procesos administrativos y contables.
7. Seguimiento del proyecto. Actuaciones ante desviaciones.
8. Coordinación.
9. Evaluación de servicios y suministros.
10. Formalización de contratos. Documentación.
11. Supervisión y control del desarrollo del evento.
12. Coordinación y recursos de comunicación, puntualidad en los actos, protocolo, seguridad, servicio técnico, reclamaciones, quejas, conflictos y otras situaciones emergentes.
13. Documentos de control del evento:
14. El informe final del evento.
15. Balances económicos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EVENTO COMO PROYECTO: ORGANIZACIÓN.

1. La organización del evento: Definición de funciones y tareas.
2. Comités y secretarías: funciones y coordinación.
3. Gestión de colaboraciones y patrocinios.
4. Soportes y medios para ofrecer información del evento.
5. Difusión del evento y captación de participantes.
6. Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos.
7. Funciones y responsabilidades.
8. Procedimientos e instrucciones de trabajo.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. APLICACIONES INFORMÁTICAS ESPECÍFICAS PARA LA GESTIÓN DE EVENTOS.

1. Tipos y comparación.
2. Programas a medida y oferta estándar del mercado.
3. Aplicación de programas integrales para la gestión de las secretarías técnica y científica, pagos y reservas on-line.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1. Introducción
2. Tipos de reuniones

3. Terminología usada en las reuniones, juntas y asambleas
4. Preparación de las reuniones
5. Etapas de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL ORGANIZADOR DE EVENTOS (RELACIONES PÚBLICAS)

1. Definición y concepto de Relaciones Públicas
2. Como montar una operación de relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROTOCOLO EMPRESARIAL PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Introducción
2. Real Decreto 2099/83 Ordenamiento General de precedencias en el Estado
3. El regalo en la empresa
4. La etiqueta
5. Ubicación correcta de símbolos
6. La imagen de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA COMUNICACIÓN

1. Conceptualización de la comunicación
2. Elementos constitutivos de la comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Obstáculos en la comunicación
5. Tipos de comunicación

PARTE 3. COMERCIALIZACIÓN DEL EVENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA DE GESTIÓN DE EVENTOS.

1. La oferta de los destinos especializados.
2. Vías y fórmulas de comercialización.
3. La oferta de los organizadores de eventos. Marca corporativa e imagen.
4. Público objetivo.
5. Canales de distribución. Soportes. Estrategias de distribución.
6. Técnicas y estrategias de fidelización.
7. Acciones y soportes promocionales.
8. La oferta específica: características y presentación.
9. Fuentes de información sobre eventos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMUNICACIÓN, ATENCIÓN AL CLIENTE Y TÉCNICAS DE VENTA Y NEGOCIACIÓN EN LA GESTIÓN DE EVENTOS.

1. La comunicación interpersonal. Procesos. Barreras. Saber escuchar y preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica.
2. Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes.
3. Tipología de clientes.
4. La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales.
5. Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica.
6. La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas.
7. Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas. Procedimientos. Normativa.
8. Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal.

PARTE 4. EXPERTO EN LA GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EVENTOS ESPECIALIZADOS

MÓDULO 1. LOS EVENTOS, SU TIPOLOGÍA Y SU MERCADO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS EVENTOS, SU TIPOLOGÍA Y SU MERCADO.

1. Tipología de reuniones y eventos: congresos, convenciones, viajes de incentivo, exposiciones y ferias, eventos deportivos y otros.
2. El concepto de evento.
3. El mercado de eventos. Los promotores de eventos. Las entidades colaboradoras y los patrocinadores. Participantes y acompañantes.
4. La gestión de eventos como función emisora y como función receptora.
5. Fases del proyecto de un evento

MÓDULO 2. EXPERTO EN LA DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS (I)

1. Concepto de certamen ferial: Tipología de ferias
2. Formas de composición organizativa de las ferias
3. Organización de un recinto ferial
4. Gestión operativa de un Certamen ferial

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (II)

1. Oferta y demanda de eventos feriales
2. Marketing y comunicación ferial
3. Comercialización del evento

MÓDULO 3. EXPERTO EN LA DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (I)

1. Precongreso
2. El congreso: días previos y celebración
3. La candidatura
4. El Comité Organizador
5. Definición del Congreso
6. Naturaleza del Congreso
7. Objetivos
8. Participantes
9. Elección de sede y fechas
10. La imagen
11. Medios
12. Comité de honor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (II)

1. Las Secretarías del Congreso
2. Financiación del Congreso
3. Postcongreso

MÓDULO 4. EXPERTO EN LA DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEPORTIVOS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (I)

1. Deporte y protocolo
2. Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo
3. Estrategia de Marketing
4. Elaboración de Presupuestos
5. Creación del Comité de dirección y coordinación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (II)

1. Planificación estratégica
2. Fases de la planificación estratégica
3. Planificación deportiva
4. Tipos de planificaciones
5. Proceso planificador
6. La gestión deportiva
7. Punto de encuentro entre oferta y demanda
8. El proyecto deportivo

9. Dirección de proyectos deportivos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Introducción
2. Beneficios socioeconómicos fundamentales
3. Beneficios sociopolíticos
4. Repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PATROCINIO DE EVENTOS: EL PATROCINIO DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Introducción
2. El patrocinio deportivo en España
3. Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos
4. Intereses y exigencias de los patrocinadores

MÓDULO 5. EXPERTO EN LA DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS CULTURALES

UNIDAD DIDÁCTICA 10. RECURSOS ORGANIZATIVOS

1. Técnicas de organización para el desarrollo de eventos culturales
2. Técnicas de organización de las distintas funciones relacionadas con la puesta en marcha y finalización del evento cultural
3. Técnicas de recogida de información
4. Elaboración de plantillas para la organización del evento cultural donde se desglosen y planifiquen las funciones requeridas
5. Aplicación de los diferentes instrumentos para recopilar información
6. Técnicas de elaboración de: cronogramas, inventarios y relaciones de infraestructuras de espacios culturales

UNIDAD DIDÁCTICA 11. RECURSOS HUMANOS Y FINANCIEROS

1. Elementos que conforman la gestión de recursos humanos
2. Mecanismos de colaboración con responsables de cultura
3. Procedimientos para el diseño de presupuestos públicos: conocimiento, aplicación y bases de ejecución
4. Sistemas de gestión y organización de los recursos disponibles para optimizar costes

ANEXO 1. EJEMPLO PRÁCTICO DE PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

1. ¿Por qué organizamos un evento?

2. Planificación y Organización del Evento
3. Formato del evento y Público objetivo
4. Presupuesto y programación
5. Destino y lugar de celebración

PARTE 5. EXPERTO EN RELACIONES PÚBLICAS

MODULO 1. COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Concepto de la comunicación
2. Elementos que intervienen en el proceso de comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Tipos de comunicación
5. Efectos y obstáculos de la comunicación
6. Decálogo de la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Comunicación e información
2. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
3. Tratamiento y flujo de la información en la empresa
4. Tipos de comunicación en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LA EMPRESA

1. La comunicación interna
2. La comunicación externa
3. Herramientas de comunicación interna y externa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. La Comunicación comercial
2. Fuentes de información de la comunicación comercial
3. Identidad e imagen corporativa

MÓDULO 2. PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PUBLICIDAD

1. Concepto de publicidad
2. Procesos de comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA EMPRESA ANUNCIANTE

1. El departamento de publicidad en la empresa
2. Selección de la empresa publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA AGENCIA PUBLICITARIA

1. La agencia de publicidad
2. Estructura y funciones
3. Clasificación de agencias de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD

1. Concepto y clasificación
2. Medios publicitarios
3. Internet y publicidad
4. Estrategias publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Definición y concepto de Relaciones Públicas
2. Cómo montar una operación de Relaciones Públicas

MODULO 3. RELACIONES PÚBLICAS Y LA WEB 2.0: EXPERTO EN MARKETING VIRAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA

1. Concepto de protocolo
2. Tipos de protocolo
3. Protocolo en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 11. RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING

1. Introducción
2. La publicidad y la Web
3. El marketing unidireccional de la interrupción
4. Antiguas normas del marketing
5. Las relaciones públicas y la prensa
6. Antiguas normas de las relaciones públicas
7. Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager

5. Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 13. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)

1. Medios sociales
2. Redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 14. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)

1. Blogs
2. Microblogging
3. Wikis
4. Podcast
5. Plataformas de vídeo
6. Plataformas de fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 15. MARKETING VIRAL. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1. ¿Qué es el marketing viral?
2. Procesos del marketing viral
3. La importancia de los contenidos en la Web
4. Estrategias de marketing y relaciones públicas
5. Marketing y las redes sociales

MÓDULO 4. RECURSOS MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS

PARTE 6. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO.

1. Glosario básico.
2. Aproximación al protocolo.
3. El sesgo cultural en el protocolo.
4. Actos públicos / Actos privados.
5. Normativa sobre protocolo.
6. Protocolo y sector privado.
7. Tipos de protocolo.
8. Necesidad de un protocolo empresarial.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EN LAS EMPRESAS.

1. Políticas de Comunicación Integral (PCI).
2. La formación comunicacional de los directivos.
3. Cómo se planifica un acto público.
4. La seguridad en los actos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRATAMIENTOS, PRESENTACIONES, SALUDOS, VISITAS, PUNTUALIDAD Y VESTIMENTA.

1. El concepto de cortesía.
2. Recibimiento de visitas en un despacho.
3. La puntualidad.
4. El vestuario.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INVITACIONES, PRECEDENCIAS Y PRESIDENCIAS.

1. Las invitaciones.
2. La precedencia.
3. Las presidencias.
4. El invitado de honor y la cesión de la presidencia.
5. Acomodación de los invitados
6. Los banquetes.
7. Formas en la mesa.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTOCOLO INSTITUCIONAL.

1. Elementos del Estado.
2. Las Comunidades Autónomas.
3. Títulos nobiliarios.
4. Los tratamientos honoríficos.
5. Condecoraciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA.

1. Necesidad del protocolo en la empresa.
2. Seleccionar y colocar invitados en los actos.
3. Las reuniones de negocios.
4. Agasajos en los negocios.
5. Exhibiciones comerciales.
6. Inauguración de empresa.
7. Visita a empresa.
8. Entrega de distinciones empresariales.

9. Viaje de negocios.
10. Negociación con delegaciones.