

Código: 09041

Unidad Formativa:
UF2396 - Organización de eventos de marketing y comunicación

Módulo: MF2187_3 - GESTIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Certificado de Profesionalidad:
COMM0112 - GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

Modalidad: ONLINE

Duración: 60h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:


Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

Telf.: 91 1097505
www.aulaforma.es

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso capacita al alumnado para planificar, organizar y supervisar eventos de marketing y comunicación, desde la definición de su finalidad comunicativa hasta la evaluación de los resultados obtenidos. A lo largo de un recorrido que entrelaza la imagen corporativa y la tipología de eventos con la gestión de espacios, proveedores y equipos humanos, se aprende a elaborar la documentación de planificación, a negociar y contratar los servicios necesarios y a coordinar los recursos para que el acto se desarrolle según lo previsto. La atención a la seguridad, al protocolo, a las autoridades y a la repercusión en los medios ocupa un lugar central, junto con el control de la calidad y el tratamiento de las incidencias y las reclamaciones. Al finalizar, el alumnado será capaz de asumir la organización integral de un evento de marketing y comunicación, garantizando la coordinación de todos los recursos implicados y la mejora continua de los servicios prestados.

Contenidos

Módulo 1: Imagen corporativa y tipología de eventos de marketing y comunicación
1.1 - La imagen y la comunicación de la empresa en el ámbito de los eventos
1.2 - Mecenazgo, patrocinio y fórmulas de colaboración
1.3 - Consolidación de marcas y productos mediante la comunicación
1.4 - Ferias comerciales y su papel en la estrategia de marketing
1.5 - Actos promocionales e institucionales y su finalidad comunicativa
1.6 - Congresos, recepciones y ruedas de prensa: rasgos y objetivos
1.7 - Documentación interna de planificación y cronograma del evento
1.8 - Planos, información práctica y seguridad del evento
1.9 - Atención a autoridades y comunicación del evento: correspondencia y publicidad
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Gestión y contratación de espacios, medios y recursos para eventos
2.1 - Selección y negociación de ofertas: criterios y desarrollo del proceso
2.2 - Especificaciones del lugar, del material y del equipo necesario
2.3 - Lugares de celebración y criterios para su elección
2.4 - Proveedores de servicios: identificación y valoración de propuestas
2.5 - Contratación del espacio y alquiler de medios
2.6 - Contratación de servicios de logística y catering
2.7 - Contratación de otros medios y apoyos técnicos del evento
2.8 - Recursos humanos y materiales: personal, instrucciones y normas de trabajo
2.9 - Prácticas habituales y aplicaciones informáticas en la gestión de eventos
Resumen del módulo 2
Módulo 3: Control, seguimiento y calidad de los eventos de marketing y comunicación
3.1 - Supervisión y seguimiento del evento durante su desarrollo
3.2 - Control de participantes y acreditaciones
3.3 - Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo y seguridad
3.4 - Coordinación del servicio técnico durante la celebración
3.5 - Repercusión en los medios y elaboración del dossier de prensa
3.6 - Calidad en los servicios de gestión de eventos: reclamaciones y quejas
3.7 - Incidencias, desviaciones e imprevistos: pautas de actuación
3.8 - Evaluación de los servicios: informes, indicadores y cuestionarios de satisfacción
3.9 - Aplicaciones informáticas para la gestión de la calidad del evento
Resumen del módulo 3