



Organización de eventos de marketing y comunicación

Sku: UF2396_V2

Horas: 60

OBJETIVOS

Caracterizar eventos y actos de marketing y comunicación, en función de diferentes objetivos, tipos de público al que se dirige, protocolo y trámites administrativos necesarios para su ejecución, Determinar las condiciones de ejecución y prestación del servicio o producto de distintos proveedores de eventos y acciones de marketing y comunicación
Elaborar informes de control y evaluación de resultados del desarrollo de distintos tipos de actos y eventos de marketing y comunicación,

CONTENIDOS

Tema 1. Planificación de eventos de Marketing y Comunicación.

- 1.1 Imagen y de comunicación de la empresa.
- 1.2 Eventos en marketing y comunicación.
- 1.3 Documentación interna de planificación.
- 1.4 Atención especial a autoridades.
- 1.5 Comunicación de eventos entre otros.

Tema 2. Gestión y contratación de espacios. medios y personas para eventos.

- 2.1 Selección y negociación de ofertas.
- 2.2 Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios.
- 2.3 Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos.
- 2.4 Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de Marketing y Comunicación.

Tema 3. Control y seguimiento de eventos de marketing y comunicación.

- 3.1 Supervisión y seguimiento de eventos.
- 3.2 Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad. protocolo. seguridad y coordinación de servicio técnico.
- 3.3 Repercusión en los medios y Dossier de prensa.
- 3.4 Calidad en los servicios de gestión de eventos.

3.5 Evaluación de servicios requeridos por los eventos.

3.6 Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos.