

Organización de eventos de marketing y comunicación

Modalidad: curso e-Learning Duración: 60 horas

Categorías: Comercio y marketing

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

UD1. 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.

UD2. 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.

UD3. 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.