

## **ONV1UF1866 Organización de eventos de marketing y comunicación (60 horas)**

### **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.

### **Índice:**

Unidad Didáctica 1. Planificación de eventos de marketing y comunicación

- 1.1 Imagen y de comunicación de la empresa
  - 1.1.1 Mercenazgo, patrocinio y colaboración
  - 1.1.2 Consolidación de marcas y productos
- 1.2 Eventos en marketing y comunicación
  - 1.2.1 Ferias
  - 1.2.2 Actos promocionales
  - 1.2.3 Actos institucionales
  - 1.2.4 Congresos
  - 1.2.5 Recepciones
  - 1.2.6 Ruedas de prensa y otros eventos
- 1.3 Documentación interna de planificación
  - 1.3.1 Cronograma y Organización de eventos
  - 1.3.2 Planos, información práctica
  - 1.3.3 Seguridad del evento
- 1.4 Atención especial a autoridades
- 1.5 Comunicación de eventos entre otros
  - 1.5.1 Correspondencia
  - 1.5.2 Publicidad del evento

Unidad Didáctica 2. Gestión y contratación de espacios, medios y personas para eventos

- 2.1 Selección y negociación de ofertas.
  - 2.1.1 Especificaciones del lugar, material y equipo necesario
  - 2.1.2 Lugares de celebración
  - 2.1.3 Proveedores de servicios
- 2.2 Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios
  - 2.2.1 Contratación de servicios de logística y catering del evento
  - 2.2.2 Contratación de otros medios de apoyo al evento
- 2.3 Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos:
  - 2.3.1 Personal para el evento
  - 2.3.2 Contratación y transmisión de instrucciones y normas
- 2.4 Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación
  - 2.4.1 Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de eventos

Unidad Didáctica 3. Control y seguimiento de eventos de marketing y comunicación

- 3.1 Supervisión y seguimiento de eventos
  - 3.1.1 Control de participantes
  - 3.1.2 Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico
- 3.2 Repercusión en los medios y Dossier de prensa
- 3.3 Calidad en los servicios de gestión de eventos
  - 3.3.1 Tratamiento de las reclamaciones y quejas
  - 3.3.2 Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos
- 3.4 Evaluación de servicios requeridos por los eventos:
  - 3.4.1 Elaboración de informes de actos y eventos
  - 3.4.2 Indicadores de calidad del evento
  - 3.4.3 Cuestionarios de satisfacción
- 3.5 Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos.