



## Gestión de eventos



**Área:** Creación y gestión de viajes combinados y eventos

**Modalidad:** Teleformación

**Duración:** 60 h

**Precio:** Consultar

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

## OBJETIVOS

Gestionar eventos.

## CONTENIDOS

PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE EVENTOS - 1 el turismo de reuniones y su demanda de servicios especializados - 1.1 concepto y evolución histórica - 1.2 situación y tendencias como producto especializado del producto urbano - 1.3 características diferenciadas y específicas de este tipo demanda - 1.4 impactos en los destinos y en sus restantes productos turísticos - 1.5 incorporación a la cadena turística de servicios - 1.6 agentes turísticos específicos - 2 principales destinos turísticos nacionales e internacionales de turismo - 2.1 factores que determinan la especialización de un destino - 2.2 características y análisis comparativo de los principales destinos - 3 los eventos - su tipología y su mercado - 3.1 tipología de reuniones y eventos - 3.2 el concepto de evento - 3.3 el mercado de eventos - promotores, colaboradores y patrocinadores - 3.4 la gestión de eventos como función emisora y como función receptora - 3.5 fases del proyecto de un evento - 4 el evento como proyecto - planificación, presupuestación y organización - 4.1 fuentes y medios de acceso a la información - 4.2 criterios de selección de servicios, prestatarios e intermediarios - 4.3 negociación con proveedores - 4.4 infraestructuras especializadas para reuniones - 4.5 programación del evento - tipología de actos según el evento - 4.6 programación de la logística y los recursos humanos - 4.7 programación de ofertas pre y post eventos - 4.8 gestión de espacios comerciales y de patrocinios - 4.9 presidencias honoríficas y participación de personalidades - 4.10 confección de cronogramas - 4.11 previsión de situaciones emergentes - 4.12 presupuestación del evento - 5 servicios requeridos en la organización de eventos - 5.1 servicios de alojamiento y restauración - 5.2 servicios y métodos de reproducción y proyección - 5.3 servicios, modalidades y tecnologías para la traducción - 5.4 servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones - 5.5 secretaría técnica y secretaría científica - 5.6 servicios de animación cultural y producción de espectáculos - 5.7 transportes - 5.8 servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos - 5.9 otros servicios requeridos en los eventos - 6 aplicaciones informáticas específicas para la gestión de eventos - 6.1 tipos y comparación. programas a medida y oferta estándar - 7 el evento como proyecto - organización - 7.1 la organización del evento - 7.2 comités y secretarías - funciones y coordinación - 7.3 gestión de colaboradores y patrocinios - 7.4 soportes y medios para ofrecer información del evento - 7.5 difusión del evento y captación de participantes - 7.6 estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos - 7.7 funciones y responsabilidades - 8 el evento como proyecto - dirección y control - 8.1 control de inscripciones - 8.2 control de cobros - 8.3 confirmaciones de inscripción, asignación de espacios - 8.4 protección de datos personales - 8.5 documentación del evento - 8.6 procesos administrativos y contables - 8.7 coordinación - 8.8 control post evento - 8.9 documentos de control del evento - 8.10 el informe final del evento - 8.11 cuestionario: cuestionario de evaluación - COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS - 1 comercialización de la oferta de gestión de eventos - 1.1 la oferta de los destinos especializados - 1.2 vías y fórmulas de comercialización - 1.3 la oferta de los organizadores de eventos - 1.4 público objetivo - 1.5 canales de distribución. soportes. estrategias de distribución - 1.6 técnicas y estrategias de fidelización - 1.7 acciones y soportes promocionales - 1.8 fuentes de información sobre eventos - 2 comunicación, atención al cliente y técnicas de venta y negociación - 2.1 la comunicación interpersonal - 2.2 la comunicación telefónica - 2.3 necesidades humanas y motivación. el proceso decisorio - 2.4 tipología de clientes - 2.5 la atención al cliente. actitud positiva y actitud pro-activa - 2.6 los procesos de ventas. fases de la venta y técnicas aplicables - 2.7 la negociación. elementos básicos - 2.8 normas deontológicas, de conducta y de imagen personal - 2.9 cuestionario: cuestionario de evaluación - GESTIÓN DE PROTOCOLO - 1 eventos y protocolo - 1.1 el concepto de protocolo - 1.2 clases de protocolo - 1.3 descripción de las razones y aplicaciones más habituales - 1.4 aplicación de las técnicas de protocolo más habituales - 1.5 aplicación de las técnicas más habituales de presentación personal - 1.6 el protocolo aplicado a la restauración - 1.7 cuestionario: cuestionario de evaluación -

## METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un el **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso**. De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

## REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.