

Organización de eventos de marketing y comunicación

DESCRIPCIÓN

Los objetivos de este curso son:

- 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.

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

No se establecen requisitos previos de acceso:

Requisitos para la obtención del título:

- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Lectura/ Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Superar el examen final con una nota superior al 60% (3 intentos máximo)

Los alumnos que no superen el examen final, pero cumplan el resto de requisitos, podrán solicitar un certificado de Participación emitido por INTEDYA Internacional

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning

Duración: 60 h



Titulación Otorgada

Organización de eventos de marketing y comunicación

**Modalidad Elearning**

Duración: 60 h

**Titulación Otorgada**

Organización de eventos de marketing y comunicación

Unidad didáctica 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

Unidad didáctica 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

Unidad didáctica 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.