

Programa integral de
**CUALIFICACIÓN
Y EMPLEO**

Curso **Online Gratuito**

100h.

COMUNICACIÓN, MARKETING E IMAGEN CORPORATIVA

REQUISITOS FINALIZACIÓN

- Visualización: + 75% contenidos en plataforma
- Evaluación final: realizar y aprobar el cuestionario de evaluación final. (Se pide, mínimo el 50% de las preguntas correctas)



COMUNICACIÓN, MARKETING E IMAGEN CORPORATIVA

Qué aprenderás con este curso...

MÓDULO 1. GESTIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UNIDAD FORMATIVA 1. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

Imagen y de comunicación de la empresa:

- Mecenazgo, patrocinio y colaboración.
- Consolidación de marcas y productos.

Eventos en marketing y comunicación:

- Ferias.
- Actos promocionales.
- Actos institucionales.
- Congresos.
- Recepciones.
- Ruedas de prensa y otros eventos.

Documentación interna de planificación.

- Cronograma y Organización de eventos.
- Planos, información práctica.
- Seguridad del evento.

Atención especial a autoridades.

Comunicación de eventos entre otros:

- Correspondencia.
- Publicidad del evento.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTRATACIÓN DE ESPACIOS, MEDIOS Y PERSONAS PARA EVENTOS.

Selección y negociación de ofertas.

- Especificaciones del lugar, material y equipo necesario.
- Lugares de celebración.
- Proveedores de servicios.

Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios.

- Contratación de servicios de logística y catering del evento.
- Contratación de otros medios de apoyo al evento.

Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos:

- Personal para el evento.
- Contratación y transmisión de instrucciones y normas.

Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación.

- Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de eventos.

COMUNICACIÓN, MARKETING E IMAGEN CORPORATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

Supervisión y seguimiento de eventos.

– Control de participantes.

Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico.

Repercusión en los medios y Dossier de prensa.

Calidad en los servicios de gestión de eventos.

– Tratamiento de las reclamaciones y quejas.

– Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos.

Evaluación de servicios requeridos por los eventos.

– Elaboración de informes de actos y eventos.

– Indicadores de calidad del evento.

– Cuestionarios de satisfacción.

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

UNIDAD FORMATIVA 2. PROTOCOLO EN EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN PERSONAL Y CORPORATIVA.

Relaciones entre protocolo e imagen corporativa:

– Naturaleza del protocolo empresarial.

– Manual de protocolo de la empresa.

– Comunicación corporativa.

Tipos de protocolo:

– Protocolo social.

– Protocolo académico.

– Protocolo internacional.

– Protocolo de banquetes y comidas.

– Protocolo de normas de expresión y comportamiento a través de Internet.

– Protocolo de actos deportivos.

– Protocolo de atención.

– Protocolo de seguridad.

Habilidades sociales y relaciones interpersonales.

– Normas de comportamiento y educación social.

– Relaciones personales y relaciones de grupo: similitudes y diferencias.

– Psicología individual y social básica aplicada a actos sociales.

– Liderazgo, empatía y asertividad.

La imagen personal.

– Elección del vestuario.

– Formas de saludar.

Formas protocolares de expresión oral:

– Comunicación verbal.

– El lenguaje corporal.

Formas protocolares de expresión escrita.

Atención a los medios de comunicación y prensa.



COMUNICACIÓN, MARKETING E IMAGEN CORPORATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CEREMONIAL DE ACTOS Y EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

Legislación de protocolo y ceremonial del Estado, Académico y Religioso.

Ceremonial y protocolo institucional aplicado a eventos de empresas.

Normas y usos habituales en actos protocolarios:

- Decoración y elementos escenográficos.
- Disposición de autoridades.
- Uso de símbolos oficiales: banderas, himnos, logotipos e imágenes de empresa.
- Orden de intervenciones y jerarquía.

– Atención a invitados y acompañantes.

Desarrollo de actos y eventos protocolarios:

- Incidencias habituales en el desarrollo de actos y eventos.
- Fórmulas de resolución.

EXAMEN FINAL

Objetivos:

Se pretende aportar los conocimientos necesarios para la gestión de eventos de marketing y comunicación.