

Paraninfo

UF2396 - Organización y eventos de marketing y comunicación

2.ª EDICIÓN ACTUALIZADA

Organización de eventos de marketing y comunicación UF2396



Editorial: Paraninfo

Autor: ENRIQUE GARCÍA PRADO

Clasificación: Certificados Profesionales > Comercio y Marketing

Tamaño: 17 x 24 cm.

Páginas: 144

ISBN 13: 9788428344784

ISBN 10: 8428344787

Precio sin IVA: 12,98 Eur

Precio con IVA: 13,50 Eur

Fecha publicación: 27/11/2019

Sinopsis

En el contexto actual resulta fundamental para cualquier empresa efectuar una adecuada planificación de todos los eventos de marketing y comunicación que organice. El objetivo es alcanzar la máxima repercusión posible y lograr notoriedad y mejora de imagen de cara a clientes y público en general.

Para lograrlo, resulta imprescindible establecer relaciones jurídicas entre la empresa organizadora y aquellas con las que se subcontrata, mediando siempre un contrato de prestación de servicios. Asimismo, la celebración de cualquier tipo de evento exige una serie de controles encaminados a verificar que los objetivos inicialmente planteados se están cumpliendo. Y por supuesto, que se adaptan a la legislación vigente en materia de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales.

Este manual ofrece al lector todas las claves necesarias para adquirir las competencias necesarias en organización de eventos de marketing y comunicación. Presentamos un libro eminentemente didáctico y con un enfoque práctico en el que se da respuesta al contenido curricular exigido en la unidad formativa UF 2396 *Organización de eventos de marketing y comunicación*, incardinada en el módulo formativo MF 2187_3 *Gestión de eventos de marketing y comunicación*, a su vez integrado en el certificado de profesionalidad COMM0112 *Gestión de marketing y comunicación*, regulado por RD 614/2013, de 2 de agosto.

Además de los contenidos teóricos, el manual incluye numerosos ejemplos prácticos y reales, una completa propuesta de actividades complementarias y una cuidada selección de cuestionarios con respuestas múltiples que contribuyen a un mejor afianzamiento y evaluación de los conocimientos adquiridos. Las respuestas están

disponibles en www.paraninfo.es

En definitiva, se trata de un manual imprescindible tanto para profesionales del marketing y la comunicación como para quienes están inmersos en procesos de formación y aspiran a desarrollar su tarea profesional en este entorno laboral.

Enrique García Prado trabaja como docente en el ámbito de la formación ocupacional y continua.

Índice

Introducción normativa

1. Planificación de eventos de marketing y comunicación

- 1.1. Imagen y comunicación de la empresa
 - 1.1.1. Mecenazgo, 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
 - 1.5.1. Correspondencia
 - 1.5.2. Publicidad del evento

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

3. Control y seguimiento de eventos de marketing y comunicación

- 3.1. Supervisión y seguimiento de eventos
 - 3.1.1. Control de participantes

- 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
- 3.5.3. Cuestionarios de satisfacción
- 3.4.2. Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos
- 3.5. Evaluación de servicios requeridos por los eventos
- 3.5.1. Elaboración de informes de actos y eventos
- 3.5.2 Indicadores de calidad del evento
- 3.5.3. Cuestionarios de satisfacción
- 3.6. Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos

Ediciones Paraninfo S.A. Calle José Abascal 41, Oficina 709. 28003 Madrid (España)
Tel. (+34) 914 463 350 Fax
info@paraninfo.es www.paraninfo.es