



# Programación de los módulos formativos

Tercera Edición: Octubre 2002 / Mayo 2003

## *Módulos obligatorios*

	<i>Horas lectivas presenciales</i>	<i>Fecha</i>
--	------------------------------------	--------------

Técnicas de gestión de eventos	<b>16</b>	28 y 29 de octubre
Coordinación de eventos	<b>16</b>	4 y 11 de noviembre
Marketing de eventos	<b>16</b>	18 y 25 de noviembre
Gestión del riesgo	<b>16</b>	2 y 9 de diciembre

## *Módulos optativos*

	<i>Horas lectivas presenciales</i>	<i>Fecha</i>
--	------------------------------------	--------------

Conferencias y congresos (impartido en las instalaciones del World Trade Center de Barcelona)	<b>16</b>	13 y 20 de enero
Eventos públicos, cívicos y políticos	<b>16</b>	27 de enero y 3 de febrero
Eventos deportivos: marketing y gestión	<b>16</b>	10 y 17 de febrero
Ferias y Exposiciones	<b>16</b>	24 de febrero y 3 de marzo
Gestión de eventos corporativos	<b>16</b>	10 y 17 de marzo
Cátering para eventos	<b>12</b>	24 y 31* de marzo
Esponsorización de eventos	<b>16</b>	7 y 28 de abril
Introducción a los sistemas de información para eventos	<b>20</b>	5, 12 y 19* de mayo

\* Todas las sesiones se celebrarán los lunes de 10 a 14 h y de 15,30 a 19,30 h, excepto los días 31 de marzo y 19 de mayo en los que el horario será de 10 a 14 h



# Contenido de cada módulo

## Módulos obligatorios

### Técnicas de gestión de eventos

Este módulo está diseñado para potenciar sus conocimientos y habilidades profesionales. Al finalizarlo será capaz de:

- Identificar y priorizar los objetivos y propósitos de un evento.
- Gestionar de una forma óptima los recursos humanos y los equipamientos.
- Reconocer los posibles conflictos derivados de la gestión de eventos y resolverlos con los implicados.
- Supervisar y mejorar el sistema de comunicación con el cliente y los proveedores.
- Identificar y hacer cumplir la normativa y regulación vigente.
- Elaborar documentos de pre-acuerdo o acuerdo.
- Evaluar los riesgos económico-financieros del proyecto y establecer los criterios para encontrar un plan asegurador adecuado.
- Diseñar un sistema de evaluación antes y después del evento.

### Coordinación de eventos

El éxito de un evento requiere de una buena coordinación. Al finalizar este módulo será capaz de:

- Implantar un sistema eficaz de gestión de recursos.
- Desarrollar actividades creativas que sean adecuadas para cada evento.
- Valorar y desarrollar un sistema de logística apropiado que incluya: una revisión del local, una valoración de las necesidades de suministro, decoración, transporte y aparcamiento adecuado, etc.
- Diseñar un sistema de inscripción y admisión eficaz y seguro.
- Analizar y gestionar las necesidades de equipamientos e infraestructuras.
- Diseñar un plan de emergencia.

### Marketing de eventos

Una gran parte del presupuesto del evento se destina al marketing. Este módulo le enseñará a:

- Identificar y desarrollar una estrategia de promoción global del proyecto.
- Analizar y diagnosticar las fortalezas y las debilidades de los diversos instrumentos de comunicación.
- Incorporar sistemas electrónicos como medios de promoción y de comunicación (Internet).
- Realizar estudios de mercado.
- Diseñar, desarrollar, coordinar y evaluar un sistema de esponsorización.
- Utilizar la terminología clave del marketing, la publicidad y las relaciones públicas.

### Riesgos económicos, financieros, legales y de seguridad

Garantizar un sistema de control de riesgos eficaz es uno de los factores clave para conseguir un evento exitoso. El objetivo de este módulo es formarle para que sepa:

- Crear un presupuesto sólido para un evento.
- Diseñar un sistema de previsión para identificar los gastos y costes del proyecto.
- Cumplir con los procesos contables e impositivos establecidos legalmente.
- Negociar de forma eficaz y rentable.
- Elaborar un plan de riesgo.
- Identificar y adquirir un seguro adecuado.

## Módulos optativos

### Conferencias y congresos

(Módulo realizado en las instalaciones del World Trade Center de Barcelona)

Al completar este módulo será capaz de:

- Diseñar, analizar y proyectar un presupuesto.
- Implantar estrategias de marketing incluyendo el diseño de un catálogo, la forma de reducir gastos en el mailing, etc.
- Cumplir con la normativa vigente.
- Evaluar los resultados del evento.

### Catering para eventos

El objetivo es que, al finalizar este módulo, sea capaz de:

- Evaluar las necesidades de alimentación y bebidas.
- Prever los recursos necesarios de catering: tipos de menús, servicio (incluyendo las necesidades de personal), etc.
- Comprender las principales normas de higiene para el servicio de alimentación y bebidas.
- Controlar con exactitud el nivel de consumo durante el evento.

### *Eventos públicos, cívicos y políticos*

La organización de este tipo de eventos requiere de un gran esfuerzo. Así, este módulo pretende enseñarle a:

- Identificar un marco social y político adecuado para cada evento.
- Establecer un proceso de toma de decisiones, involucrando a los responsables.
- Establecer un sistema financiero acorde con la normativa vigente.
- Definir las necesidades de financiación externa.
- Identificar los factores clave y desarrollar estrategias para integrar en el evento a clientes VIPS.
- Investigar sobre los aspectos históricos relacionados con el evento.
- Valorar la posible participación de voluntarios y llevar a cabo su reclutamiento, formación y valoración.

### *Eventos deportivos: marketing y gestión*

Este tipo de eventos exigen una gran habilidad profesional. Al completar este módulo será capaz de:

- Identificar a los participantes clave para un evento deportivo: atletas, espectadores, espónsors, medios de comunicación, etc.
- Desarrollar, ejecutar y evaluar un programa de patrocinación.
- Implantar un sistema atractivo de comunicación y promoción.
- Desarrollar e implantar un servicio de alimentación y bebidas y un programa de acogida.
- Desarrollar planes logísticos y operativos para todos los niveles.
- Analizar los riesgos y establecer un sistema de prevención.
- Evaluar el papel jugado por los voluntarios y desarrollar estrategias para reclutarlos, formarlos y premiarlos por su trabajo.
- Colaborar con entidades oficiales para asegurarse el cumplimiento del protocolo y de la normativa vigente.

### *Esponsorización de eventos*

Esponsorizar un evento no siempre es fácil. Este módulo le explicará como:

- Conseguir un espónsor que permita alcanzar los objetivos del evento.
- Desarrollar un plan estratégico para identificar espónsors.
- Crear propuestas atractivas para captar espónsors.
- Desarrollar un plan económico-financiero eficaz y realista que permita incrementar los ingresos provenientes de los espónsors.
- Cumplir con la normativa legal que regula la esponsorización.
- Crear acuerdos de esponsorización.

### *Gestión de eventos corporativos*

La creatividad es una buena arma para poner en marcha eventos con un presupuesto reducido. Al finalizar este módulo será capaz de:

- Integrar eventos corporativos en la estrategia global de comunicación de una empresa.
- Obtener resultados significativos tanto con grandes como con pequeños eventos corporativos.
- Utilizar eventos especiales para potenciar el ambiente corporativo.
- Diseñar y gestionar de forma eficaz eventos para realzar momentos relevantes.
- Fomentar las buenas relaciones corporativas.
- Negociar para conseguir una inversión rentable.

### *Introducción a los sistemas de información para eventos*

Este módulo formativo le permitirá potenciar sus habilidades en la utilización de soportes informáticos para la gestión de eventos. Aprenderá a:

- Crear, utilizar y gestionar una base de datos.
- Registrar e insertar una página web.
- Diseñar y producir materiales de marketing.
- Mejorar la gestión de costes.
- Incrementar el impacto directo del marketing.
- Mejorar la calidad de los instrumentos de comunicación.
- Reducir los costes de mailing.

### *Ferias y exposiciones: planificación, gestión y marketing*

El objetivo de este módulo es formarle para que sepa:

- Analizar y priorizar estos mercados.
- Realizar una valoración de los recursos necesarios, incluyendo diseñadores y proveedores.
- Negociar contratos con sus proveedores.
- Incorporar actividades de promoción capaces de mejorar los resultados del marketing.
- Aconsejar a los vendedores y expositores en la preparación de sus presentaciones.
- Utilizar una esponsorización comercial para reducir los gastos de funcionamiento.