Paraninfo

UF2396 - Organización y eventos de marketing y comunicación

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 publicacion: 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.

Indice

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 dosier 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, 56 (Utopicus). Oficina 217. 28003 Madrid (España)
Tel. (+34) 914 463 350 Fax
info@paraninfo.es www.paraninfo.es