

Organización de eventos de marketing y comunicación (UF2396)

Organización de eventos de marketing y comunicación (UF2396)

Duración: 60 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

UNIDAD DIDÁCTICA 1. Planificación de eventos de marketing y comunicación
1.1 Imagen y de comunicación de la empresa
1.1.1 Mercenazgo, 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 entre otros
1.5.1 Correspondencia
1.5.2 Publicidad del evento
UNIDAD DIDÁCTICA 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

© icaformación2026

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:
2.3.1Personal 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
UNIDAD DIDÁCTICA 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
3.4.1 Tratamiento de las reclamaciones y quejas
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.

© icaformación2026