



CONTENIDO DEL CURSO

Si tienes más de 45 años, tu momento es ahora

Por una formación y empleo de calidad



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo
El FSE invierte en tu futuro

Cámara
de Comercio de España

Cámara
Sevilla

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y PROTOCOLO Programa

1. Elementos básicos para la gestión de eventos

- El Briefing como documento base para la gestión de eventos
- El Presupuesto, la Gestión y control presupuestario
- Dirección y gestión de proyectos. Preparación de las reuniones

2. Organización de eventos

- Tipos de Eventos
- Organización del Evento
- Condiciones técnicas y económicas requeridas al servicio contratado
- Medios de cobro y pago

3. El organizador de eventos (Relaciones públicas)

- Definición y concepto de Relaciones Públicas
- Cómo montar una operación de relaciones públicas

4. Protocolo empresarial para organización de eventos

- Introducción
- Real Decreto 2099/83 Ordenamiento General de precedencias en el Estado
- El regalo en la empresa
- La etiqueta
- Ubicación correcta de símbolos
- La imagen de la empresa

5. La comunicación

- Conceptualización de la comunicación
- Elementos constitutivos de la comunicación
- Teorías de la comunicación según el contexto
- Obstáculos en la comunicación
- Tipos de comunicación

6. La comunicación en el protocolo empresarial

- Políticas de Comunicación Integral (PCI)
- La formación comunicacional de los directivos
- Cómo hablar en público
- El comportamiento ante los medios de comunicación

7. Clasificación de eventos empresariales

- Cómo se planifica un acto público
- Tipos de eventos
- La seguridad en los actos

8. Organización de eventos

- Concepto de certamen ferial: Tipología de ferias
- Formas de composición organizativa de las ferias
- Organización de un recinto ferial
- Gestión operativa de un Certamen ferial

9. Organización de congresos

- Las Secretarías del Congreso
- Financiación del Congreso
- Post Congreso

10. Habilidades y competencias comunicativas

- Habilidades conversacionales
- La escucha
- La empatía
- La reformulación
- La aceptación incondicional
- La destreza de personalizar
- La confrontación



11. Introducción al marketing y la identidad corporativa

- Marketing estratégico
- Marketing operativo
- El plan de Marketing
- La publicidad
- Identidad corporativa