

PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA:
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y PROTOCOLO

Objetivo General: Identificar los aspectos de las actividades protocolarias a realizar por el personal asistente a la dirección, en la organización de eventos en una empresa: claves, técnicas, planificación, desarrollo social, identidad gráfica, protocolo social, comunicación, y seguridad

Familia profesional: Comercio y marketing

Área profesional: Marketing y relaciones públicas

Denominación: Neuromarketing

Código: COMM127PO

Duración: 65 HORAS (teleformación)

Contenidos formativos:

1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO

- 1.1. Definiciones.
- 1.2. Funciones y necesidad del protocolo en la actualidad.
- 1.3. Clasificación de los distintos tipos de actos.
- 1.4. Legislación y normativa protocolaria.
- 1.5. El gabinete de protocolo.

2. CLAVES PROTOCOLARIAS DE UN EVENTO

- 2.1. Objetivos y filosofía del acto.
- 2.2. Componentes principales: Organizador, anfitrión, invitado de honor, patrocinador, promotor.
- 2.3. La presidencia del acto. Tipos.

3. TÉCNICAS PARA LA ORGANIZACIÓN DE ACTOS

- 3.1. Fases del proyecto protocolario.
- 3.2. Elección del escenario del evento.
- 3.3. Invitados.
- 3.4. Programa del acto: Secuencias.
- 3.5. Preparación del evento: Los medios materiales.

4. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

- 4.1. Puntos clave para el éxito en la organización de eventos.
- 4.2. Organización y planificación de actos.
- 4.3. Metodología: Pasos a seguir.
- 4.4. Cronograma de actividades. Importancia del cronograma. Proceso de elaboración.
- 4.5. Timing del evento y Check List: Importancia en la organización y proceso de elaboración.
- 4.6. Presupuesto del evento: Importancia del presupuesto para dimensionar el evento.

- 4.7. Eventos con impacto en la Responsabilidad Social Corporativa de la compañía.
- 4.8. Preparación y desarrollo del evento.
- 4.9. Actividades a realizar antes del evento.
- 4.10. Actividades posteriores. Análisis de resultados. Elaboración del Informe.
- 4.11. Las preguntas clave antes de afrontar cualquier tipo de acto.

5. DEFINICIÓN Y DESARROLLO DE LOS PRINCIPALES EVENTOS DE UNA ORGANIZACIÓN

- 5.1. Desayunos, comidas y cenas de empresa.
- 5.2. Visitas a las instalaciones de la organización: clientes, vip´s y autoridades.
- 5.3. Reuniones de alto nivel.
- 5.4. Inauguraciones.
- 5.5. Presentación a clientes.
- 5.6. Actos homenaje.
- 5.7. Aniversarios.
- 5.8. Juntas Generales y Juntas de Accionistas.
- 5.9. Viajes de incentivo.
- 5.10. Convenciones Internas.
- 5.11. Participación en Ferias.
- 5.12. Organización y participación en Congresos.
- 5.13. Patrocinio.
- 5.14. Road Show.
- 5.15. Premios.
- 5.16. Otros Actos relevantes: Actos de primera piedra, libro de honor, firmas de acuerdos y convenios, cócteles y recepciones.

6. IDENTIDAD GRÁFICA DE LOS EVENTOS

- 6.1. Introducción a la identidad corporativa: conceptos de cultura corporativa, imagen corporativa e identidad gráfica.
 - 6.1.1. Elementos básicos de la comunicación a través de la imagen: color, forma, tipografía, composición.
 - 6.1.2. Elementos básicos de la imagen de marca: símbolo (logosímbolo), logotipo, marca.
 - 6.1.3. El manual de identidad gráfica: Cultura e imagen corporativa y su relación con la identidad gráfica: qué queremos transmitir, elementos básicos de un manual de identidad gráfica.
- 6.2. Uso de los elementos de identidad gráfica en los distintos tipos de eventos.
 - 6.2.1. Imagen de la empresa y del evento, papelería, merchandising y regalos de empresa, señalética y cartelería; Arquitectura efímera: stands y escenografía; Elementos multimedia: proyecciones, presentaciones, vídeo e interactivos.

7. EL PROTOCOLO SOCIAL

- 7.1. Definiciones.
- 7.2. Normas de cortesías esenciales.
- 7.3. La imagen personal y la etiqueta.
- 7.4. Organización de un comedor.
- 7.5. Colocación de los comensales.

8. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

- 8.1. Definición y el proceso comunicativo. ¿Qué debe saber y como comunicarse?
- 8.2. Papel fundamental que desempeña la comunicación.
- 8.3. Comunicación interpersonal / Comunicación colectiva de masas.
- 8.4. Habilidades comunicativas y profesionales del secretariado.

9. LA COMUNICACIÓN EN LAS INSTITUCIONES Y LAS EMPRESAS

- 9.1. El gabinete de comunicación. Papel de la secretaria o asistente de dirección.
- 9.2. Comunicación interna / Comunicación externa.
- 9.3. Los principales escritos.
- 9.4. El protocolo al teléfono.
- 9.5. La comunicación a través de correo electrónico.

10. COMUNICACIÓN HABITUAL CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 10.1. La nota de prensa.
- 10.2. La convocatoria de prensa.
- 10.3. La rueda de prensa.
- 10.4. El reportaje.
- 10.5. La entrevista.
- 10.6. La Comunicación según los distintos medios (prensa escrita, medios audiovisuales, Internet).

11. LA SEGURIDAD Y EL PROTOCOLO

- 11.1. La importancia del dispositivo de seguridad.
- 11.2. Diferenciación entre prevención y emergencia.
- 11.3. El personal cualificado para el dispositivo de seguridad.
- 11.4. La prevención de riesgos laborales para el personal de protocolo, comunicación y seguridad.
- Nociones básicas.

12. LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EL PROTOCOLO