Máster Título Propio
Organización de Eventos



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

Organización de Eventos

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/master/master-organizacion-eventos**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Dirección del curso — pág. 18

05 Estructura y contenido — pág. 22

06 Metodología — pág. 32

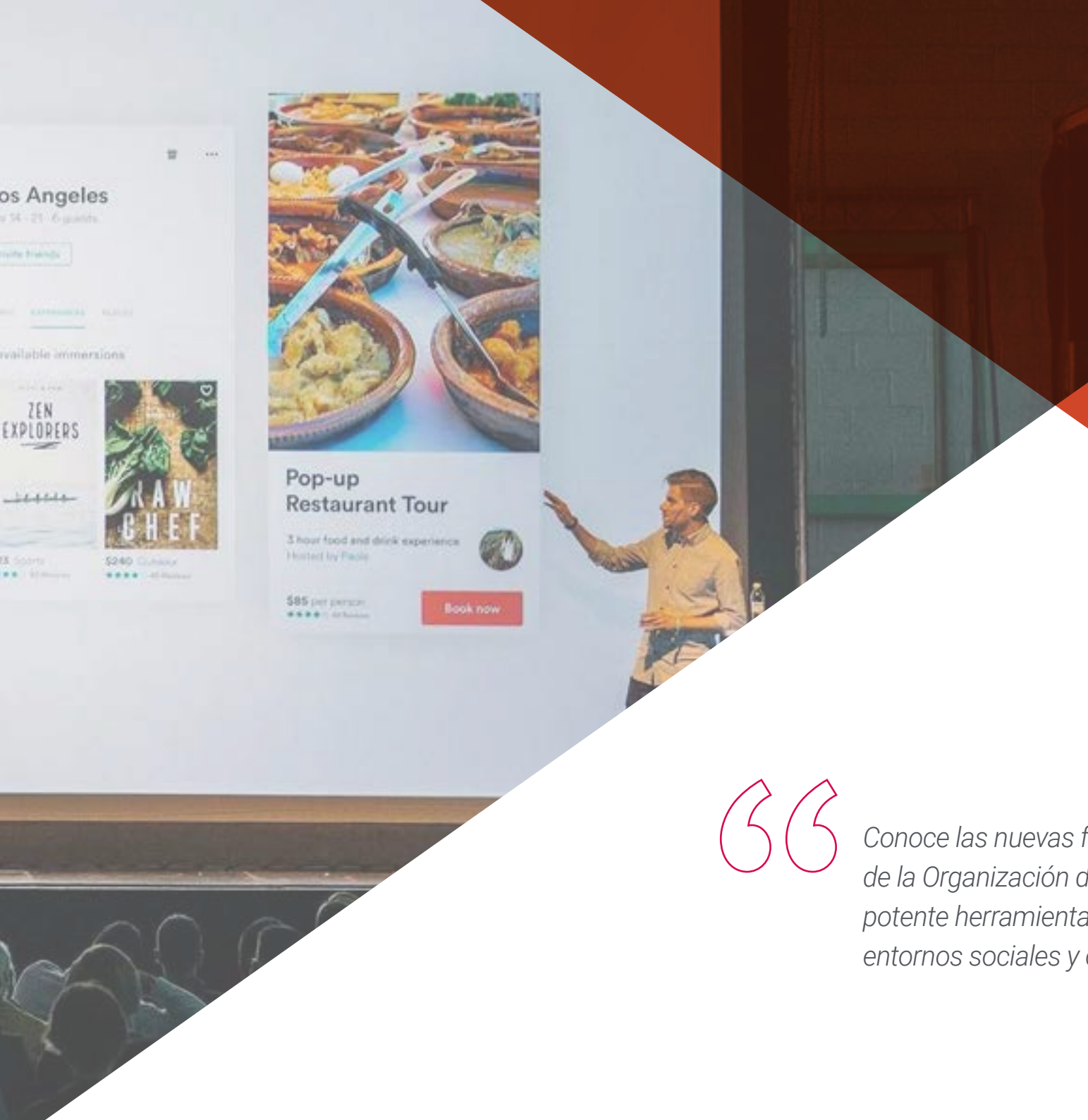
07 Titulación — pág. 40

01

Presentación

Al ritmo incesante de la evolución tecnológica y comunicacional, deben ajustarse los planes y procesos a los que se estaba acostumbrado. Ya no es suficiente con conocer el protocolo o reglas ante un evento especial, sino que la idea debe ir mucho más allá para adecuarse ante las nuevas formas y procedimientos. En el entorno social y empresarial puede que los objetivos sean los mismos: celebrar, comunicar, conmemorar, entre otros. Pero ahora hay que conocer las nuevas propuestas y actualizar las técnicas y teorías desfasadas antes de sumergirse en el desafiante mundo de la comunicación, el diseño, las nuevas tecnologías, la producción o la escenografía. Para ello se ha creado este programa 100% online y con una duración de 12 meses, especialmente diseñado para dominar a profundidad el arte de organizar un evento. Herramienta comunicacional poderosa cuando se es bien utilizada.





Conoce las nuevas formas y procedimientos de la Organización de Eventos como una potente herramienta comunicacional para entornos sociales y corporativos"

El contenido de este programa llevará al profesional a convertirse en ese verdadero ser camaleónico, capaz de resolver cualquier pequeño detalle de forma eficiente antes, durante y después de un evento. El Máster Título Propio con contenido exclusivo de TECH Universidad Tecnológica, es un programa intensivo que prepara al profesional de la comunicación, periodismo o marketing para afrontar retos y decisiones empresariales en el ámbito de la Organización de Eventos.

Ya que, para organizar un evento de forma adecuada, se deben manejar conocimientos en el ámbito del Marketing, Finanzas, Estrategia, Comunicación, Organización, Planificación, Operativa y Logística; todas ellas, aportarán el valor y el conocimiento adecuado para el desarrollo profesional del alumno tanto dentro de una organización en cargos directivos como en desarrollando su propio negocio tanto como *event planner* o en su propia agencia de eventos.

El contenido de este programa ha sido creado por profesionales expertos en la materia, que están actualmente desarrollando con éxito su labor profesional y que tienen un amplio bagaje y gran experiencia, tanto en el campo empresarial como en el campo académico o de docencia. Confiriéndole al programa una identidad propia, con excelentes contenidos y a la vez, con inmejorables casos prácticos completamente actuales.

A lo largo de 12 meses o 1.500 horas de capacitación totalmente online, el alumno analizará diversidad de casos prácticos mediante el trabajo individual y en equipo. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Un plan de estudios que abarca los conocimientos, tanto teóricos como prácticos, que necesita cualquier profesional con interés en liderar un sector en pleno crecimiento. Adoptando competencias más específicas como la de definir objetivos, estrategias y políticas comerciales en el mercado MICE, que le permitan analizar, planificar, desarrollar y ejecutar procedimientos en el ámbito del turismo de negocios y eventos.

Este **Máster Título Propio en Organización de Eventos** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Comunicación, Marketing y Organización de Eventos
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

Un evento bien organizado contiene aspectos indispensables a conocer en materia de finanzas, marketing, comunicación y digitalización. Aprende todo lo necesario con este programa”

Definirás objetivos, planes y políticas comerciales de acuerdo al mercado MICE para establecer unes adecuadas políticas en línea con los objetivos y estrategias de la empresa”

Aprende a organizar eventos de forma profesional. Matricúlate ahora en el Máster Título Propio en Organización de Eventos. Alcanza la meta en 12 meses y 100% online.

Alcanza tus objetivos profesionales estudiando este Máster Título Propio con contenido exclusivo y realza tu perfil como periodista o comunicador.

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.



02

Objetivos

Debido a la importancia de la comunicación y el marketing para la fluidez y productividad de los negocios y la sociedad en general, la Organización de Eventos es una herramienta fundamental que hay que aprovechar. Es por eso que este Máster Título Propio está enfocado en brindar competencias necesarias al profesional, que aporten una especialización u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, así como su puesta en práctica, a través de la gestión de equipos de trabajo multidisciplinares y multiculturales, tomando decisiones que contribuyan a la consecución de los objetivos planteados.





La titulación que necesitas para reforzar, ampliar y elevar tus conocimientos en Organización de Eventos. Abriéndote un abanico de posibilidades en el mercado actual"

Objetivos generales

- Adquirir y comprender los conocimientos que aporten una especialización u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- Desarrollar habilidades de relaciones interpersonales que permitan gestionar equipos de trabajo multidisciplinares y multiculturales
- Desarrollar competencias de Dirección Financiera (Financial Management)
- Conocer en profundidad las tendencias actuales en materia de organización de eventos
- Dominar la digitalización del evento, las herramientas más utilizadas en la actualidad y nuevas tendencias
- Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales en el mercado MICE para establecer unes adecuadas políticas en línea con los objetivos y estrategias de la empresa de organización de eventos en el ámbito de turismo
- Evaluar los procedimientos operativos del ámbito del turismo de negocios y eventos de hacer un análisis completo de su proceso productivo en términos de excelencia y calidad del Servicio
- Entender la importancia y organización de los eventos híbridos
- Entender las diferentes formas de patrocinar un evento, el entorno deontológico y legal o de compliance de los diferentes sectores
- Realizar la presentación del dossier del patrocinio
- Comprender la nueva realidad en la organización de los eventos tras la gran crisis que ha significado la pandemia del COVID 19

Objetivos específicos

Módulo 1. La Industria de los Eventos y el Turismo de Negocios

- Profundizar en el conocimiento de los *key players* del sector MICE
- Dominar la importancia de los *Convention Bureaus* y la co-creación con ellos
- Dirigir la comercialización de un destino/evento
- Conocer en profundidad la industria de los eventos a nivel global y su importancia económica
- Desarrollar las competencias necesarias para poder dirigir una empresa de eventos en función de la tipología del mismo

Módulo 2. Diseño de los Eventos

- Dominar el diseño de los eventos en el contexto de la economía de la experiencia, la *co-creación, design thinking* y el marketing
- Aprender a planificar los eventos para aumentar el retorno de la inversión (ROI)
- Aprender la importancia de los eventos como herramienta de marketing de acuerdo a las tendencias del mercado
- Generar experiencias en los eventos (Marketing experiencial) y experiencias inmersivas
- Diseñar de forma eficiente los espacios, la señalética, la personalización

Módulo 3. Planificación de los Eventos

- Aprender a crear el cronograma del evento de acuerdo a los parámetros establecidos
- Realizar las escaletas de cada una de las partes del evento
- Conocer de manera profunda cómo organizar los espacios, qué prioridades y qué tipos de formato utilizar
- Gestionar la distribución del contenido y de los ponentes en función de las necesidades y prioridades
- Planificar los accesos, la seguridad el transporte, en función del estudio de las posibilidades del destino y de la sede, sus capacidades, su infraestructura y su oferta

Módulo 4. La Creación de las Candidaturas del Evento

- Realizar la candidatura de un evento
- Aprender a determinar el tipo de evento a desarrollar de acuerdo al destino
- Aplicar análisis DOFA en el destino y sede del evento para tomar decisiones
- Analizar las posibilidades y cualidades del destino, para elevar su valor cualitativo y cuantitativo

Módulo 5. Dirección de Finanzas

- Desarrollar de las competencias de Dirección Financiera (*Financial Management*)
- Saber realizar un presupuesto de un evento, con una cuenta de explotación
- Desarrollar el *cash flow* y su importancia en las decisiones, inversiones y amortizaciones
- Conocer de manera profunda y valorar el ROI de un evento desde el punto de vista económico
- Analizar los posibles ingresos, vías de financiación y determinar los *break event*

Módulo 6. Estrategias de Dirección en Marketing y Comunicación

- Desarrollar el plan comunicacional y su importancia para el evento
- Dominar las acciones y herramientas de publicidad y marketing para eventos
- Evaluar el nuevo comportamiento del consumidor
- Determinar el valor y propósito de la marca
- Implementar los Objetivos de Desarrollo Sostenible en los eventos
- Explorar diferentes modelos de análisis internos y externos

Módulo 7. Dirección de Marketing y Digitalización de los Eventos

- Comprender las nuevas tecnologías de la comunicación
- Manejar la segmentación, las métricas y análisis de Big data
- Evaluar las bondades y dificultades de la digitalización en los eventos
- Entender y aplicar el *Benchmarking*
- Gestionar la reputación de la marca
- Dominar las redes sociales y sus ecosistemas en beneficio del desarrollo del evento

Módulo 8. Dirección de Operaciones y Logística de los Eventos

- Aprender en profundidad los elementos fundamentales de la logística y operativa de un evento
- Entender la gestión del RRHH como factor indispensable dentro del desarrollo del evento
- Manejar de forma eficaz las relaciones con proveedores, ponentes e invitados VIP
- Conocer los timing necesarios para hacer un eficiente montaje y desmontaje del evento
- Evaluar los diferentes escenarios, sus dificultades y posibilidades para desarrollar con éxito el evento





Módulo 9. El Patrocinio en los Eventos

- Crear un dossier de patrocinio
- Conocer de manera profunda diferentes aspectos legales, deontológicos o de *compliance* de los diferentes sectores con ejemplos prácticos
- Estudiar y poner en valor las diferentes formas de patrocinar un evento
- Realizar distribución de los espacios a patrocinar, así como generar políticas de patrocinio, branding y publicidad en función del evento y de las posibilidades del espacio
- Aprender a calcular y asignar precios a los diferentes elementos a patrocinar
- Comprender la importancia de dar notoriedad al patrocinador y a la vez, generar sinergias con el evento

Módulo 10. Digitalización de los Eventos; Desarrollo de un Evento Digital

- Analizar la nueva realidad en la organización de los eventos tras la crisis que ha significado la pandemia del COVID 19
- Descubrir todo acerca de los eventos digitales y cómo llevarlos a cabo
- Conocer en profundidad los eventos híbridos, la importancia que tienen actualmente y el futuro de los mismos
- Analizar la regidoría de un evento digital y su importancia. La escaleta y los *timings*
- Realizar un plató virtual. Conocer sus elementos: croma, *backscreen*, realidad aumentada, entre otros
- Análisis de las audiencias y capacidades, formas de interacción tanto presenciales como virtuales

03

Competencias

El egresado de este Máster Título Propio en Organización de Eventos, desarrollará las competencias requeridas en diversas áreas de capacitación, que le permitirán llevar a cabo con éxito su labor profesional como organizador de eventos. Tomando en cuenta la especialización en áreas como planificación, logística, desarrollo, finanzas, digital y marketing del evento. Todas aquellas que aportarán el valor y el conocimiento adecuado para el desarrollo laboral del alumno, tanto si como de forma autónoma como dentro de una empresa.





Aprenderás todo lo necesario para organizar un evento ajustado a la era digital. Aplicando las estrategias acordes tanto para eventos híbridos como 100% digitales"

Competencias generales

- Comprender la industria de los eventos y el turismo de negocios
- Gestionar proyectos desde la recopilación de la información hasta su presentación
- Ejecutar una planificación estratégica comunicacional y plan de marketing de acuerdo al objetivo planteado
- Dominar diferentes técnicas y herramientas implicadas en el Diseño de Eventos
- Manejar todos los elementos dentro de la planificación del evento, desde el protocolo, la seguridad, logística, invitados, ponentes, transporte, los tiempos, entre otros
- Aplicar conceptos fundamentales para la planificación presupuestaria y su puesta en práctica
- Entender las nuevas tecnologías de la comunicación y su importancia para la generación de eventos híbridos o digitales
- Saber comunicar de forma eficaz las conclusiones y sus argumentaciones a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades





Competencias específicas

- Desarrollar ideas con originalidad a menudo en un contexto de investigación
- Diferenciar cada tipo de evento según objetivo y necesidad planteada
- Dirigir equipos de comunicación y marketing
- Implementar nuevas tendencias en eventos inmersivos y experienciales
- Conocer el sector MICE, cuál es su ámbito de actuación y quiénes lo integran
- Evaluar los procedimientos operativos del ámbito del turismo de negocios y eventos para hacer un análisis completo de su proceso productivo en términos de excelencia y calidad del servicio
- Comprender el protocolo de actuación ante una emergencia suscitada en el evento
- Dirigir la logística y operatividad del evento de acuerdo a las necesidades del evento
- Conocer las redes sociales y la importancia de los directos en la comunicación de un evento
- Coordinar el patrocinio de los eventos y sus aspectos más relevantes junto con los intervinientes
- Resolución de incidencias in situ y protocolos de actuación en cada caso
- Dominar las relaciones interpersonales como medio de gestión indispensable para el desarrollo y éxito del evento
- Buscar y gestionar la información adecuada para tomar decisiones que contribuyan a la consecución de los objetivos de la organización

04

Dirección del curso

TECH ha creado un programa de contenido exclusivo seleccionado por profesionales expertos en la Organización de Eventos, que están actualmente desarrollando con éxito su labor profesional y que tienen un amplio bagaje y gran experiencia, tanto en el campo empresarial como en el campo académico o de docencia. Lo que le confiere al máster una identidad propia, con excelentes contenidos e inmejorables casos prácticos completamente actuales.





Vivirás la experiencia con docentes profesionales en el área. Algunos de ellos con destacadas publicaciones en revistas académicas. Centrando sus investigaciones en el uso de las nuevas tecnologías en sectores del marketing y la comunicación

Dirección



D. Gil Tomas, Tommy

- Fundador y director general de Atelier MICE, empresa organizadora de congresos y eventos
- Director de Desarrollo de Creativialab S.L
- Director Barcelona Congréso Médic S.L
- Más de 25 años de trabajo dedicados al mundo MICE
- Docente con más de 20 años de experiencia
- Diplomado en Dirección de Marketing y Máster en Marketing Farmacéutico por ISM-ESIC
- Diplomado en Derecho Tributario por ESINE



Profesores

Dr. Perelló Sobrepere, Marc

- Director del Área Digital y de Estrategia. Creativialab S.L
- Dircom y responsable del Área de Comunicación y Marketing. Avantia Group
- Dircom y responsable del Área de Comunicación y Marketing. Managing Incompetence
- Docente de marketing y comunicación en la EU Business School, la Universitat Abat Oliba CEU y el Johan Cruyff Institute
- Doctor en Ciencias de la Comunicación. Universidad Ramon Llull – Barcelona
- Máster en Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad CEU Abat Oliba – Barcelona
- Grado en Periodismo. Universidad CEU Abat Oliba – Barcelona
- Grado en Publicidad y RRPP. Universidad CEU Abat Oliba – Barcelona

05

Estructura y contenido

El resaltante enfoque práctico y experiencial, así como su innovadora fórmula de aprendizaje *online,* hacen exclusivo este Máster Título Propio en Organización de Eventos. El valor diferencial de la especificidad de los temas a tratar distribuidos en 10 módulos, cada uno con 10 temas y 3 subtemas, que brindarán una visión ampliada y actualizada del sector desde el inicio hasta el final del programa. Con la intervención de docentes profesionales activos en el sector, quienes aportarán casos reales, enriqueciendo la experiencia del alumno mediante la metodología del *relearning,* que permite un aprendizaje progresivo y natural.





La actualización y capacitación profesional es la base de tu éxito laboral. TECH trae para ti este programa con modalidad online y con la metodología que te permite ahorrar muchas horas de estudio"

Módulo 1. La Industria de los Eventos y el Turismo de Negocios

1.1. El Mundo MICE
- 1.1.1. ¿Qué es el sector MICE?
- 1.1.2. ¿A quiénes engloban?
- 1.1.3. ¿Cuál es su ámbito de actuación?

1.2. Actores y Radiografía del sector; impacto económico
- 1.2.1. Impacto económico del sector en España
- 1.2.2. Número de eventos y personas que mueve anualmente
- 1.2.3. Expectativas de crecimiento en la era post – Covid

1.3. Congresos, Convenciones, Incentivos
- 1.3.1. ¿Qué es una Convención, un Congreso y un Incentivo?
- 1.3.2. Principales diferencias de estos eventos
- 1.3.3. Tipos de Convenciones, Congresos e Incentivos

1.4. Ferias
- 1.4.1. Principales características de las Ferias
- 1.4.2. Tipos de Ferias
- 1.4.3. La exposición comercial

1.5. El rol de los *Convention Bureau*
- 1.5.1. ¿Qué es un *Convention Bureau*?
- 1.5.2. Propósito de un *Convention Bureau*
- 1.5.3. Coordinación ente público y privado

1.6. Comercialización de un destino
- 1.6.1. Puntos fuertes y débiles del destino
- 1.6.2. Amenazas y fortalezas del destino
- 1.6.3. Diferenciación y ventajas competitivas

1.7. Eventos culturales
- 1.7.1. El mercado de los eventos culturales
- 1.7.2. Tipos de eventos culturales
- 1.7.3. Cómo gestionar eventos culturales rentables

1.8. Eventos musicales
- 1.8.1. Estudio del mercado de los grandes conciertos en España
- 1.8.2. Importancia del *Ticketing*
- 1.8.3. *Merchandising* y patrocinio de los conciertos

1.9. Eventos Sociales
- 1.9.1. El Mercado de las Bodas en España
- 1.9.2. El rol del *Wedding Planner*
- 1.9.3. Celebraciones y otras fiestas

1.10. Eventos Deportivos
- 1.10.1. Grandes eventos deportivos
- 1.10.2. Normativa de los eventos deportivos
- 1.10.3. *Sponsoring*

Módulo 2. Diseño de los Eventos

2.1. Gestión de proyectos
- 2.1.1. Recopilación información, inicio proyecto: ¿Qué debemos saber?
- 2.1.2. Estudio posibles ubicaciones
- 2.1.3. Pros y contras de las opciones elegidas

2.2. Técnicas de Investigación. *Desing Thinking*
- 2.2.1. Mapas de actores
- 2.2.2. *Focus Group*
- 2.2.3. *Bench Marking*

2.3. *Desing Thinking* Experiencial
- 2.3.1. Inmersión cognitiva
- 2.3.2. Observación encubierta
- 2.3.3. *World* Café

2.4. Definición Público Objetivo
- 2.4.1. A quién va dirigido el evento
- 2.4.2. Por qué hacemos el evento
- 2.4.3. Qué se pretende con el evento

2.5. Tendencias
- 2.5.1. Nuevas tendencias de puesta en escena
- 2.5.2. Aportaciones digitales
- 2.5.3. Eventos inmersivos y experienciales

2.6. Personalización y Diseño Espacio
- 2.6.1. Adecuación del espacio a la marca
- 2.6.2. *Branding*
- 2.6.3. Manual de Marca

2.7. Marketing Experiencial
- 2.7.1. Vivir la experiencia
- 2.7.2. Evento inmersivo
- 2.7.3. Fomentar el recuerdo

2.8. Señalética
- 2.8.1. Técnicas de señalética
- 2.8.2. La visión del asistente
- 2.8.3. Coherencia del relato. Evento con la señalética

2.9. Las Sedes del Evento
- 2.9.1. Estudios de las posibles sedes. Los 5 por qué
- 2.9.2. Elección de la sede en función del evento
- 2.9.3. Criterios de selección

2.10. Propuesta de puesta en escena. Tipos escenarios
- 2.10.1. Nuevas propuestas de puesta en escena
- 2.10.2. Priorización de proximidad con ponente
- 2.10.3. Escenarios afines a la interacción

Módulo 3. Planificación de los Eventos

3.1. Timing y Organización del programa
- 3.1.1. Tiempo disponible para la organización del evento
- 3.1.2. Días de duración del evento
- 3.1.3. Actividades del evento

3.2. Organización de los espacios
- 3.2.1. Número de asistentes previstos
- 3.2.2. Números de salas simultáneas
- 3.2.3. Formatos de sala

3.3. Los Ponentes e Invitados
- 3.3.1. Elección de los ponentes
- 3.3.2. Contacto y confirmación de ponentes
- 3.3.3. Gestión de la asistencia de los ponentes

3.4. Protocolo
- 3.4.1. Rango de las personalidades invitadas
- 3.4.2. Disposición de la Presidencia
- 3.4.3. Organización de los parlamentos

3.5. Seguridad
- 3.5.1. Control de acceso: el punto de vista de la seguridad
- 3.5.2. Coordinación con las FCSE
- 3.5.3. Control interno de los espacios

3.6. Emergencias
- 3.6.1. Plan de evacuación
- 3.6.2. Estudio de las necesidades en caso de emergencia
- 3.6.3. Creación punto asistencia médica

3.7. Capacidades
- 3.7.1. Evaluación de las capacidades
- 3.7.2. Distribución de los asistentes en la sede
- 3.7.3. Capacidades máximas y decisiones a tomar

3.8. Accesos
- 3.8.1. Estudio de número de accesos
- 3.8.2. Capacidad de cada uno de los accesos
- 3.8.3. Cálculo Timing para entrada y salida en cada acceso

3.9. Transporte
- 3.9.1. Evaluación de las posibilidades de transporte
- 3.9.2. Accesibilidad en el transporte
- 3.9.3. Transporte propio o público. Pros y contras

3.10. Ubicaciones
- 3.10.1. Cuántas ubicaciones tiene el evento
- 3.10.2. Dónde están ubicadas
- 3.10.3. Facilidad de acceso a las sedes

Módulo 4. La Creación de las Candidaturas del Evento

4.1. Elección destino
- 4.1.1. Estudio del destino
- 4.1.2. Posibilidades del destino; puntos fuertes
- 4.1.3. Infraestructura del destino

4.2. Ventajas del Destino
- 4.2.1. Transporte y facilidades de acceso
- 4.2.2. Alojamiento y sedes
- 4.2.3. Oferta turística

4.3. Capacidad del Destino
- 4.3.1. Tipo de evento que puede albergar
- 4.3.2. De cuántos vuelos, autopistas, ave dispone
- 4.3.3. Palacios de congresos, *venues* y oferta hotelera



4.4. Oferta Cultural y de Actividades del Destino
- 4.4.1. Oferta gastronómica del destino
- 4.4.2. Oferta cultural y de ocio del destino
- 4.4.3. Actividades a realizar en el destino

4.5. Alojamiento
- 4.5.1. Estudio de oferta hotelera
- 4.5.2. Estudio oferta apartamentos, campings y otros
- 4.5.3. Ofertas residencias estudiantiles

4.6. Transporte
- 4.6.1. Facilidad de acceso del destino
- 4.6.2. Accesos y transporte hacia la *Veneu*
- 4.6.3. Ofertas del transporte interno del destino

4.7. Universidades y Centros de Investigación
- 4.7.1. Conocer el número de universidades del destino
- 4.7.2. De cuántos centros de investigación disponen
- 4.7.3. Curriculum o prestigio de las universidades y centros de investigación

4.8. Instalaciones Deportivas y Culturales
- 4.8.1. De cuántas instalaciones deportivas dispone el destino
- 4.8.2. De cuántas instalaciones culturales dispone el destino
- 4.8.3. Capacidades de las instalaciones y posibilidades de uso

4.9 Gastronomía, Arquitectura y Arte
- 4.9.1 Oferta Gastronómica de la ciudad. Restaurantes estrella Michelín
- 4.9.2 Ofertas de Museos
- 4.9.3 Arquitectos reconocidos o edificios singulares del destino

4.10. Palacios de Congresos y de Deportes
- 4.10.1. Número de Palacios de Congresos y Convenciones
- 4.10.2. Número de Palacios de Deportes y Pabellones
- 4.10.3. Infraestructura. Posibilidades de los Palacios de Congresos y Deportes

Módulo 5. Dirección de Finanzas

5.1. Presupuesto del evento
- 5.1.1. Realización el presupuesto del Evento
- 5.1.2. *Timing* del presupuesto
- 5.1.3. Presentación del presupuesto

5.2. Ingresos
- 5.2.1. Tipos de ingresos
- 5.2.2. Posibilidades de confirmación de Ingresos
- 5.2.3. Facilidades de pagos de los ingresos

5.3. Gastos
- 5.3.1. Tipos de Gastos: fijos y variables
- 5.3.2. Posibilidades de actuación en función de los gastos
- 5.3.3. Acuerdos de pagos a proveedores

5.4. Plan de Contingencias
- 5.4.1. Acciones a tomar frente al aumentos de gastos
- 5.4.2. Acciones a tomar frente a la disminución de ingresos
- 5.4.3. Porcentaje de gastos imprevistos

5.5. Cuenta de Explotación
- 5.5.1. Realización de la Cuenta de Explotación
- 5.5.2. Utilidad de la Cuenta de Explotación
- 5.5.3. Acciones a implementar en función de la Cuenta de Explotación

5.6. Gestión de los beneficios
- 5.6.1. Propósito del Evento y sus ganancias
- 5.6.2. Gestión de Becas y Ayudas
- 5.6.3. Posibilidades de inversión

5.7. *Cash Flow*
- 5.7.1. ¿Qué es el *Cash Flow*?
- 5.7.2. Aportes del *Cash Flow*
- 5.7.3. Acciones a llevar a cabo en función del *Cash Flow*

5.8. Fiscalidad
- 5.8.1. Fiscalidad de los beneficios en función del uso
- 5.8.2. El IVA y su repercusión (nacional e internacional)
- 5.8.3. Diferencia entre Sociedad Mercantil o Sin Ánimo de Lucro

5.9. Gestión de las Comisiones
- 5.9.1. Determinar el número de comisiones a conseguir
- 5.9.2. Gestión de las comisiones en función del cliente
- 5.9.3. Pacto de comisiones con el proveedor

5.10. Amortizaciones. ROI
- 5.10.1. Calcular el retorno de la inversión
- 5.10.2. Timing recuperación de la inversión
- 5.10.3. Amortizaciones de la inversión o inversiones

Módulo 6. Estrategias de Dirección en Marketing y Comunicación

6.1. Comunicación Estratégica
- 6.1.1. Comunicación Estratégica en Eventos
- 6.1.2. La importancia del entorno en la estrategia
- 6.1.3. La apuesta de las marcas por el *Long term return*

6.2. Comportamiento del Consumidor
- 6.2.1. Nueva interpretación de la Pirámide de Maslow
- 6.2.2. Psicología del consumidor actual
- 6.2.3. Google reivindica un nuevo modelo de comportamiento

6.3. Propósito de Marca
- 6.3.1. Importancia actual del propósito de marca
- 6.3.2. Encontrar el valor y propósito de la marca
- 6.3.3. Integración o coexistencia del propósito con RSC

6.4. Sostenibilidad como estrategia
- 6.4.1. Descubrimiento y practica de la sostenibilidad
- 6.4.2. Comunicación de los objetivos de desarrollo sostenible
- 6.4.3. Implementación de los ODS en los eventos

6.5. Retos Globales de la Comunicación
- 6.5.1. Teorías del marketing Internacional
- 6.5.2. Cross - Cultural Marketing y su aplicación
- 6.5.3. Trasladar marcas y mensajes hacia otros países

6.6. Publicidad y Marketing
- 6.6.1. Publicidad tradicional y digital
- 6.6.2. Creatividad: Arte o Ciencia
- 6.6.3. Acciones y herramientas para eventos

6.7. Modelos de Análisis
- 6.7.1. Análisis internos: DAFO y CAME
- 6.7.2. Análisis estratégicos: Boston y Ansoff
- 6.7.3. Análisis externos: 5 fuerzas de Porter y PESTEL

6.8. Relación con medios de Comunicación
- 6.8.1. Ruedas de Prensa, comunicados y otras herramientas
- 6.8.2. Formación de Portavoces
- 6.8.3. Comunicación de Crisis

6.9. Relación con Agencias
- 6.9.1. Concursos, contratos y otras prácticas
- 6.9.2. Gestión e implementación de proyectos
- 6.9.3. Medición y resultados de proyectos

6.10. El Plan de Comunicación
- 6.10.1. El Plan de Comunicación
- 6.10.2. Desarrollo de la parte táctica del Plan de Comunicación
- 6.10.3. Implementación y seguimiento del Plan de Comunicación

Módulo 7. Dirección de Marketing y Digitalización de los Eventos

7.1. Digitalización en Eventos
- 7.1.1. Nuevas Tecnologías de la Comunicación
- 7.1.2. Eventos Digitales
- 7.1.3. *Big Data*. Métricas y Analíticas

7.2. Segmentación Digital
- 7.2.1. Nuevos Públicos y tipologías de usuarios
- 7.2.2. Nuevas variables de Segmentación
- 7.2.3. El *Buyer* Persona y su Desarrollo

7.3. Digitalización de la Información
- 7.3.1. Pensar y comunicar en digital
- 7.3.2. Nuevos Modelos *Knowlenge Management*
- 7.3.3. Fake news y otros enemigos de la digitalización

7.4. Gestión de la Reputación a Nivel Digital
- 7.4.1. Marca Personal
- 7.4.2. *Social Listening*
- 7.4.3. *Inboud Marketing*

7.5. *Branding* Digital
- 7.5.1. *Branding* de marca
- 7.5.2. *Branding* de evento
- 7.5.3. Acciones a llevar a cabo en función de la cuenta explotación

7.6. El Proceso de *Benchmarking*
- 7.6.1. Propósito del evento
- 7.6.2. Análisis de la Competencia
- 7.6.3. *Benchmarking* de resultados

7.7. Campañas para eventos
- 7.7.1. *Brainstorming* y bajada de ideas
- 7.7.2. Parte interna y externa de la campaña
- 7.7.3. Implementación y seguimiento de la Campaña

7.8. Herramientas Digitales
- 7.8.1. Fijación de objetivos y estrategias
- 7.8.2. Selección de canales y plataformas
- 7.8.3. Optimización de los resultados en tiempo real

7.9. Redes Sociales
- 7.9.1. Conocimiento y uso de las Redes Sociales
- 7.9.2. Roles más importantes para un evento
- 7.9.3. Ejecución del directo de Redes Sociales para un evento

7.10. Dirección de equipos de Marketing y Comunicación
- 7.10.1. Habilidades de Liderazgo
- 7.10.2. Claves para un Management pragmático
- 7.10.3. Gestión del día a día

Módulo 8. Dirección de Operaciones y Logística de los Eventos

8.1. Operativa y Logística de Actividades
- 8.1.1. Estudio de las necesidades de la actividad
- 8.1.2. Proyectar la Operativa necesaria
- 8.1.3. Conocer las necesidades del personal de la Operativa

8.2. Logística de Transporte y Accesos
- 8.2.1. Logística en función de los tipos de transporte del evento
- 8.2.2. Logística en función de los accesos
- 8.2.3. Capacidad en los puntos de acceso y de transporte

8.3. Gestión de RRHH del Evento
- 8.3.1. Tipología de RRHH disponibles para el evento
- 8.3.2. Comunicación Interna
- 8.3.3. Jerarquías y cadenas de mando

8.4. Gestión de Proveedores
- 8.4.1. Política de comunicación con los Proveedores
- 8.4.2. Gestión de la Operativa de cada Proveedor
- 8.4.3. Adaptabilidad y necesidades de cada Proveedor

8.5. Operativa de Ponentes e Invitados VIP
- 8.5.1. Protocolo de Contacto con los VIP
- 8.5.2. Gestionar necesidades de los invitados VIP (zonas de acceso, seguridad, transporte, etc.)
- 8.5.3. Gestión del personal de atención y asistencia VIP. Ponente

8.6. Gestión de la Accesibilidad
- 8.6.1. Gestionar la accesibilidad al evento. Tareas a realizar
- 8.6.2. Gastronomía inclusiva y respetuosa
- 8.6.3. Programas de inclusión para asistentes con dificultades

8.7. Gestión de sostenibilidad
- 8.7.1. Gastronomía de proximidad
- 8.7.2. Gestión de los residuos del evento
- 8.7.3. Selección de materiales y productos Sostenibles

8.8. Operativa de *Transfers* y transportes Internos
- 8.8.1. Protocolo de Gestión de los *Transfers* de los invitados
- 8.8.2. La dificultad del aeropuerto y su operativa
- 8.8.3. Gestión y Resolución de incidencias

8.9. Operativa de la Atención al Asistente
- 8.9.1. *El Hospitality Desk*
- 8.9.2. Segmentación de los Espacios de Atención
- 8.9.3. Gestión de las incidencias especiales

8.10. Montaje y Desmontaje del Evento
- 8.10.1. Cálculo del Timing y personal para el montaje
- 8.10.2. Necesidades de la Logística del Montaje
- 8.10.3. La Logística del Desmontaje del Evento

Módulo 9. El Patrocinio de los Eventos

9.1. Planificación y estratégica del Patrocinio: Elección del Target Group
- 9.1.1. Aspectos a analizar del sector a patrocinar
- 9.1.2. Selección de los mejores patrocinadores
- 9.1.3. Lo que se va a patrocinar y causas del patrocinio

9.2. Políticas del Sector. Código deontológico. *Compliance*
- 9.2.1. Código deontológico de cada sector
- 9.2.2. La gestión de los datos de los Patrocinadores
- 9.2.3. Los departamentos de *Compliance* y su importancia

9.3. Generación del Dossier de Patrocinio. Presentación
- 9.3.1. Presentación
- 9.3.2. Identificación
- 9.3.3. Objetivos

9.4. Generación del Dossier de Patrocinio. Datos Técnicos
- 9.4.1. Identificación de respaldos y avales
- 9.4.2. Datos históricos
- 9.4.3. Posibilidades de Patrocinio

9.5. Gestión de Precios de Venta
- 9.5.1. Calcular los precios de venta de patrocinios
- 9.5.2. Venta individual por concepto
- 9.5.3. Venta grupal de Diferentes Patrocinios

9.6. Planos y ubicaciones de la Zonas de Exposición
- 9.6.1. Realización del Mapa de Stands
- 9.6.2. Qué se debe reflejar
- 9.6.3. Flujo de tránsito de los asistentes

9.7. Planificación Zona de Exposición
- 9.7.1. Visualización
- 9.7.2. Notoriedad
- 9.7.3. Equidad en función del volumen

9.8. Políticas de Comercialización
- 9.8.1. Dónde vender Patrocinio
- 9.8.2. Cómo vender Patrocinio
- 9.8.3. Plazos de pago y penalizaciones

9.9. Gestión y Seguimiento Venta Patrocinio
- 9.9.1. Realización y previsión de patrocinio
- 9.9.2. Estudio de viabilidad
- 9.9.3. Consecución objetivos o replanteamiento

9.10. Fidelización del Patrocinio
- 9.10.1. Acciones para fidelización de patrocinadores
- 9.10.2. Servicios a aportar
- 9.10.3. Mejoras o innovaciones

Módulo 10. Digitalización de los Eventos; Desarrollo de un Evento Digital

10.1. La Era Covid – 19 en los Eventos
- 10.1.1. Aspectos importantes a conocer
- 10.1.2. Seguimiento constante. Normas sanitarias gubernamentales
- 10.1.3. Timing para tomar decisiones

10.2. Planificación Evento Digital. Escaleta
- 10.2.1. Creación de la Escaleta
- 10.2.2. Elementos a tener en cuenta en la Escaleta
- 10.2.3. Aspectos a reflejar en la escaleta. Prioridades

10.3. Elección de Proveedores
- 10.3.1. Elección del *Partner* tecnológico
- 10.3.2. Requisitos a solicitar al proveedor
- 10.3.3. Elección de proveedores. Factor Precio vs. Factor Valor. Experiencia

10.4. Gestión de Redes e Internet
- 10.4.1. Aspectos a tener en cuenta de la Gestión de Redes
- 10.4.2. Contratación de servicios de internet
- 10.4.3. Pruebas de esfuerzo y de saturación de las redes

10.5. Objetivos de Alcance. Audiencia
- 10.5.1. Determinar la audiencia a la que se quiere llegar
- 10.5.2. Retransmisión en otros idiomas
- 10.5.3. Salas a retransmitir

10.6. Interacción de los asistentes. Votación
- 10.6.1. Realización del sistema de interacción
- 10.6.2. Elementos a tener en cuenta en la interacción de los asistentes
- 10.6.3. Formas y procedimientos para desarrollar la interacción

10.7. Videos introducción. *Kyrons.* Música
- 10.7.1. *Kyrons*
- 10.7.2. Importancia de las Introducciones
- 10.7.3. Recursos a tener en cuenta

10.8. Coordinación presencial y digital. Ponentes in situ y en remoto
- 10.8.1. Contacto con los Ponentes
- 10.8.2. Entrega del programa de acción a los ponentes
- 10.8.3. *Timing* y organización ponentes. Normas a seguir

10.9. Generación de Platós Virtuales
- 10.9.1. Croma
- 10.9.2. Trasera
- 10.9.3. Pantalla de *Leds*

10.10. Regidoría del Evento Virtual e Híbrido
- 10.10.1. Seguimiento del evento a través de la regidoría
- 10.10.2. Escaleta y orden de la retransmisión
- 10.10.3. Resolución de incidencias del directo

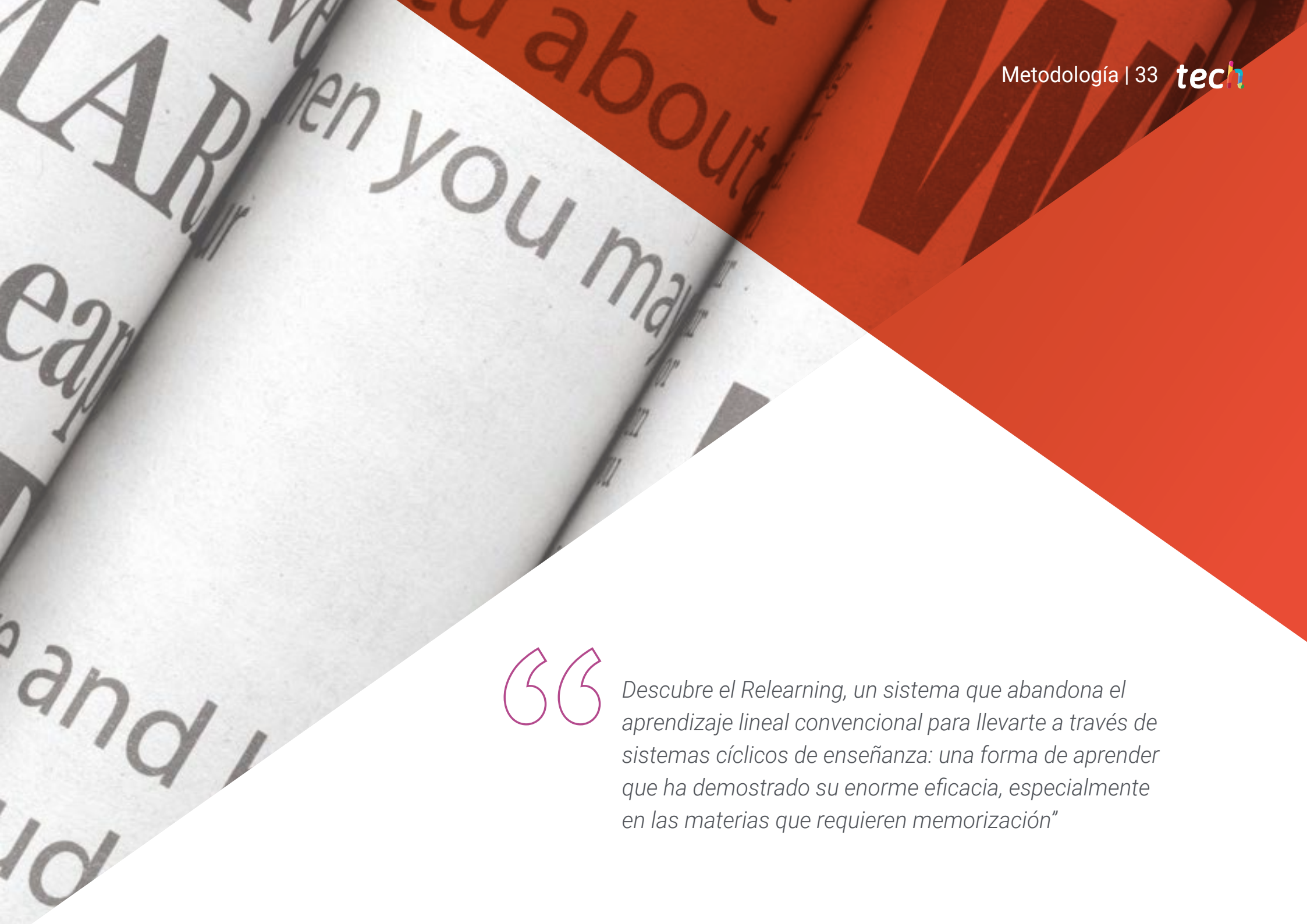
06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"

En TECH empleamos el Método del Caso

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo"



Nuestra universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa intensivo de Periodismo y Comunicación de TECH Universidad Tecnológica te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso, en TECH utilizarás los *case studies* de Harvard, con la cual tenemos un acuerdo estratégico, que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

> *Somos la única universidad online que ofrece los materiales de Harvard como material docente en sus cursos"*

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra universidad es la primera en el mundo que combina los *case studies* de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

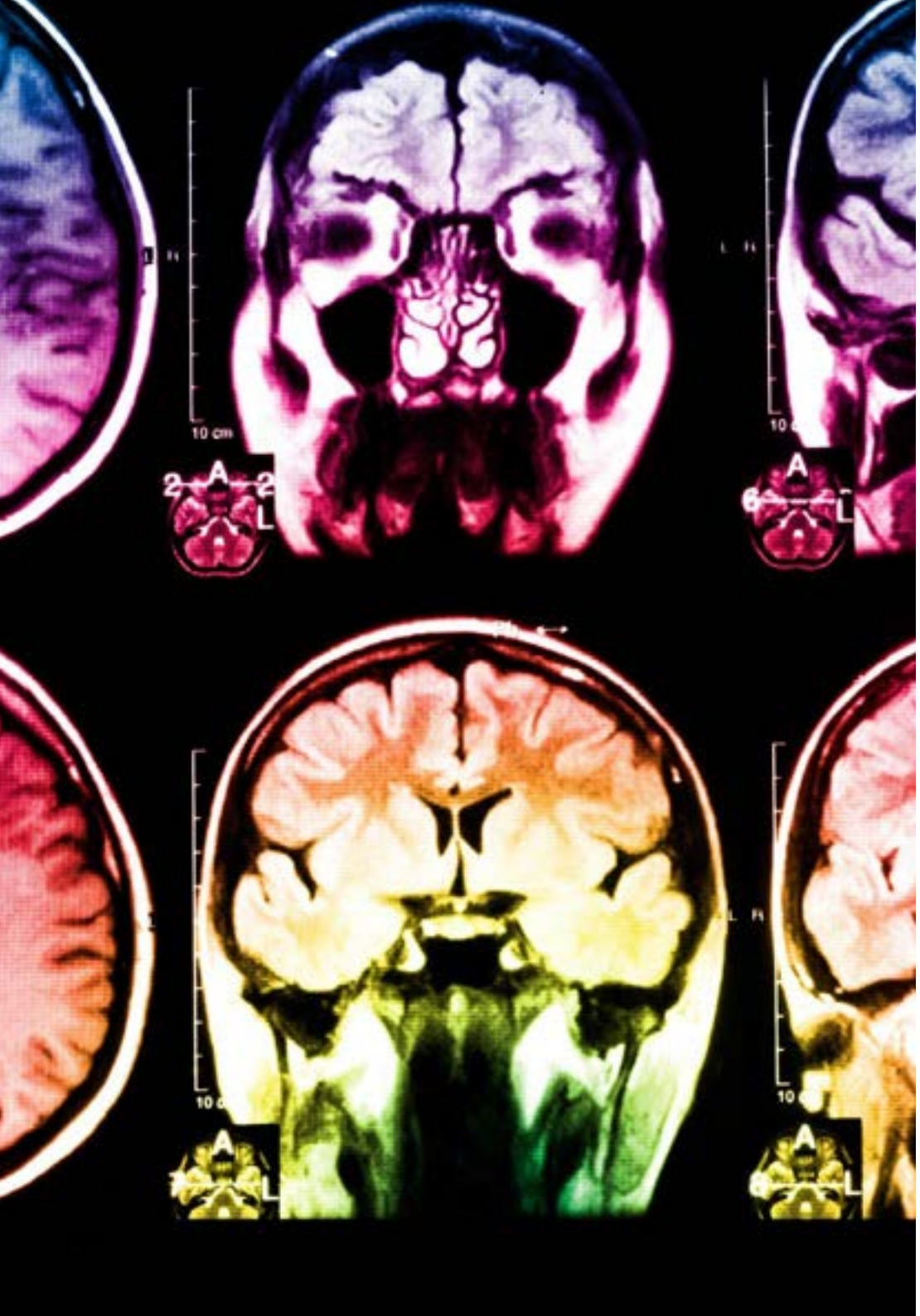
Potenciamos los *case studies* de Harvard con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos…) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

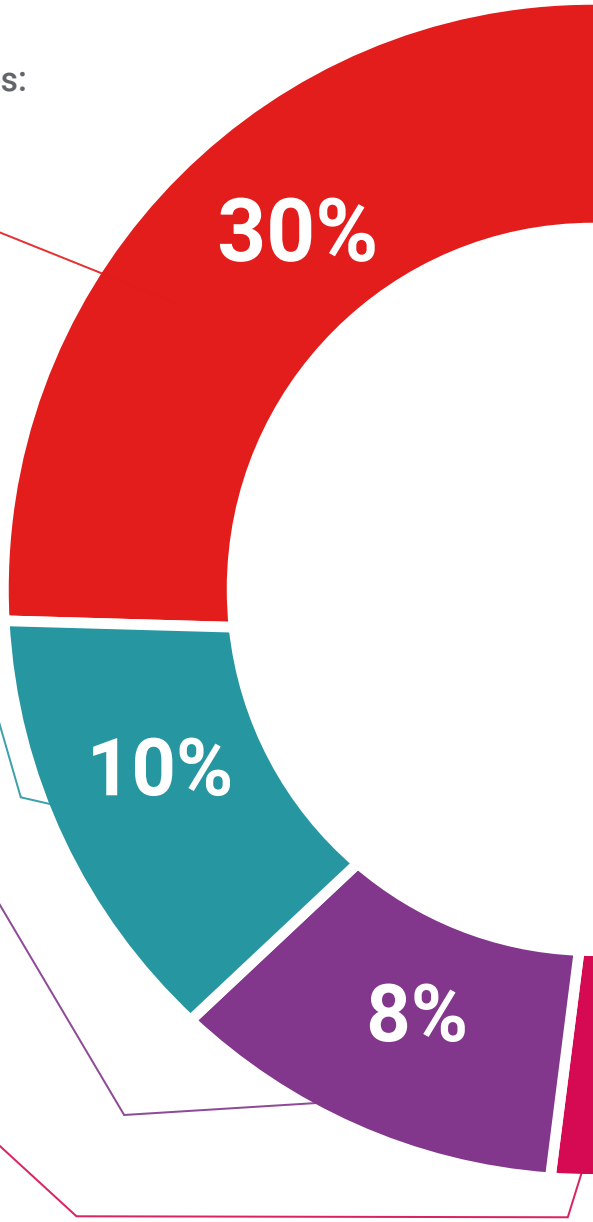
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

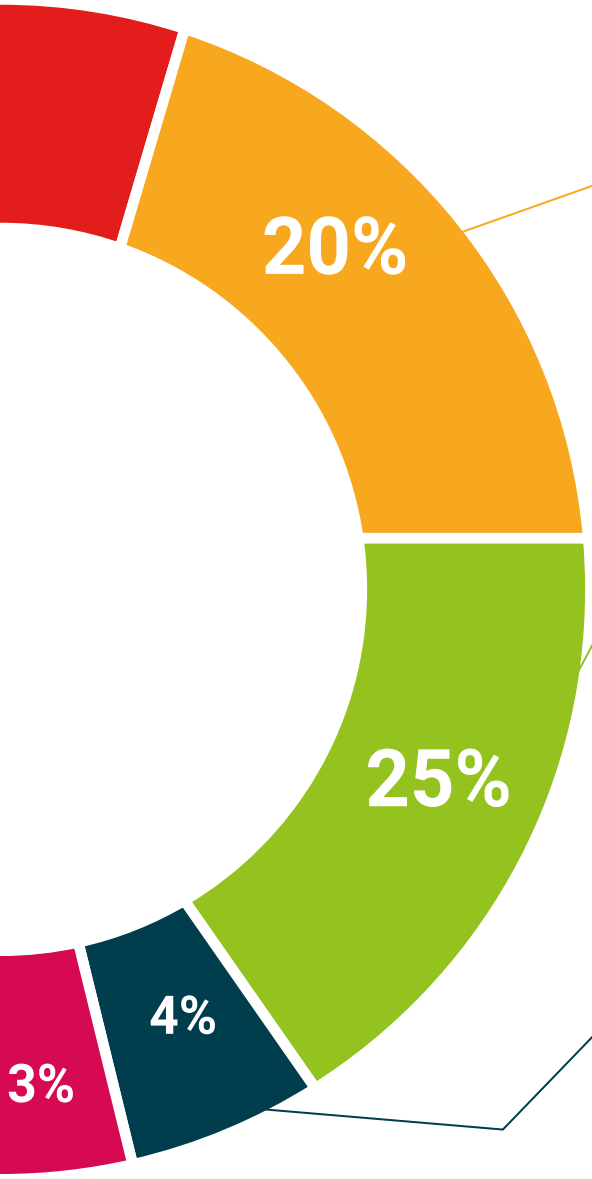
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

07

Titulación

El Máster Título Propio en Organización de Eventos garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un Máster Título Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Máster Título Propio en Organización de Eventos** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio en Organización de Eventos**

Nº Horas Oficiales: **1.500 h.**



tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

Organización de Eventos

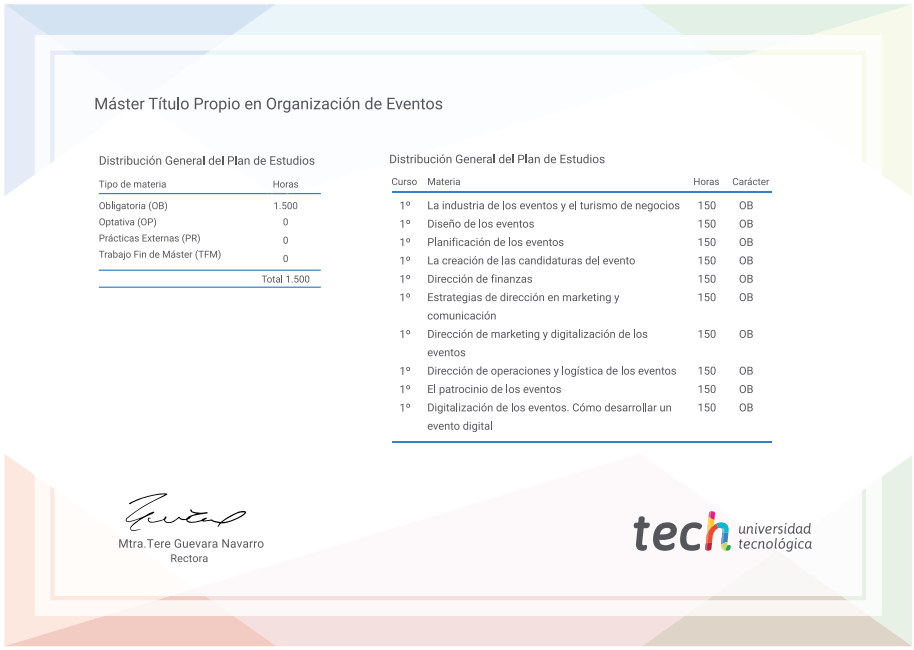
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos



Máster Título Propio en Organización de Eventos

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	La industria de los eventos y el turismo de negocios	150	OB
1º	Diseño de los eventos	150	OB
1º	Planificación de los eventos	150	OB
1º	La creación de las candidaturas del evento	150	OB
1º	Dirección de finanzas	150	OB
1º	Estrategias de dirección en marketing y comunicación	150	OB
1º	Dirección de marketing y digitalización de los eventos	150	OB
1º	Dirección de operaciones y logística de los eventos	150	OB
1º	El patrocinio de los eventos	150	OB
1º	Digitalización de los eventos. Cómo desarrollar un evento digital	150	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

Organización de Eventos

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

Organización de Eventos



tech universidad tecnológica