

# EXPERTO EN GESTIÓN, ORGANIZACIÓN Y COMUNICACIÓN DE "EVENTOS EMPRESARIALES"

## DURACIÓN DEL CURSO

250 horas que se desarrollarán a lo largo de ocho meses • Fecha de inicio: 27 de Abril de 2011 • Fecha de Cierre: Diciembre de 2011

## TITULACIÓN

Los alumnos que realicen el **Curso de "Experto en Gestión, Organización y Comunicación de Eventos Empresariales"** y superen todos los requisitos, recibirán el **Título de Experto expedido por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid** según la normativa que rige estos estudios (artículo 34.3 Ley Orgánica 6/2001 de Universidades de 21 de diciembre y Real Decreto 1496/1987, de 6 de noviembre, sobre obtención, expedición y homologación de títulos universitarios).

## MATRÍCULA Y TASAS

**PREINSCRIPCIÓN:** Las personas interesadas deberán cumplimentar el impreso normalizado de solicitud de admisión que le adjuntamos y enviarlo a Global Estrategias/Demos Group.

Tasa de Matrícula: 2.000€

Bonificación a través de la FTFE= 1.875€

Precio del Curso Bonificado= 125€

Posibilidad de pago fraccionado

## CONDICIONES DE ADMISIÓN

- Los participantes deben presentar **copia compulsada** del título de diplomado, licenciado o ingeniero.
- Los participantes que carezcan de la titulación mínima exigida podrán presentar certificado de la empresa que acredite notable experiencia en las actividades del curso (mínimo tres años) y copia de haber superado el acceso a estudios universitarios.
- Para realizar el curso debe disponerse de un ordenador con conexión a Internet.

- Subvención de la Formación:** Este curso cumple los requisitos para ser subvencionado a través de la Fundación Tripartita. Si lo desea Global Estrategias / Demos Group le gestiona y realiza todos los trámites necesarios de esta bonificación, sin ningún coste para su empresa. Si está interesado ruego lo indique en el momento de hacer su inscripción.
- Esta cuota incluye:** Manual impreso con los contenidos del curso, expedición del Título de Experto, acceso al campus virtual donde se impartirá el curso y se compartirán conocimientos y experiencias, material adicional, casos prácticos, etc.

## BOLETÍN DE INSCRIPCIÓN

- 902 22 50 90
- 91 360 45 21
- formación@globalestrategias.es

### DATOS DE LOS ASISTENTES

1º Nombre	_____
Apellidos	_____
Cargo	_____
e-Mail	_____
Teléfono	_____
2º Nombre	_____
Apellidos	_____
Cargo	_____
e-Mail	_____
Teléfono	_____
3º Nombre	_____
Apellidos	_____
Cargo	_____
e-Mail	_____
Teléfono	_____

## FORMAS DE PAGO

- Transferencia bancaria a CURSOEXPRESS S.A. (A82932260)**  
Nº CTA. 2094 0082 31 0082029217; IBAN ES26 2094 0082 3100 8202 9217
- Cheque nominativo a nombre de CURSOEXPRESS S.A. remitido por correo a: Gran Vía, 22 dup. - 4º izda. 28013 Madrid**
- Tarjetas de Crédito aceptadas: 4B, Visa, MasterCard, American Express, Tarjetas Red 6000, Maestro.**

**Importante:** Una vez recibidos los datos de su inscripción le enviaremos por fax una confirmación y un recibo - reserva. En caso de no recibirla en un plazo máximo de 48 horas, rogamos se pongan en contacto con nosotros.

### DATOS DE LA EMPRESA / INSTITUCIÓN

Empresa	_____
C.I.F.	_____
Actividad	_____
Nº de empleados	_____
Dirección	_____
Provincia	_____
Población	_____
C.P.	_____
Teléfono	_____
Fax	_____
Resp. que autoriza inscripción	_____
Cargo	_____
e-Mail	_____
<input type="checkbox"/> Cliente Global Premier	_____
Ciudad	_____
Datos de facturación	_____

\* Si los datos indicados anteriormente son distintos a los de facturación, por favor, indiquenos los nuevos así como la persona de contacto.

ENTRE EN NUESTRA WEB Y DESCÁRGUESE GRATUITAMENTE EL CATÁLOGO DE FORMACIÓN 2011



4ª Edición del Título Propio

# EXPERTO EN GESTIÓN, ORGANIZACIÓN Y COMUNICACIÓN DE "EVENTOS EMPRESARIALES"

Convenciones • Ferias y Congresos • RSC - Juntas Generales y de Accionistas • Patrocinios • Road Show • Inauguraciones • Actos Homenaje • Premios

Modalidad: *A Distancia (e-Learning)*

**TITULO PROPIO DE LA UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS**

**Ampliación Matrícula hasta 13/05/2011**

**Duración:** 250 horas (25 créditos)

**Inicio:** 27 de Abril de 2011

**Finalización:** Diciembre de 2011

**¡Este curso es bonificable por la Fundación Tripartita en más del 90%!**



### ■ OBJETIVOS

- Determinar los **principales eventos** de una empresa y conocer las **claves de su organización** (juntas generales y de accionistas, reuniones, inauguraciones, cenas, comidas, aniversarios, actos homenaje, road show, viajes de incentivos, convenciones, congresos, ferias, etc).
- Determinar las **fases de la planificación** estratégica de un evento y aplicar las **técnicas y herramientas más eficaces**.
- Elaborar un **check list** de los puntos clave para conseguir el éxito en la organización de eventos, así como la **metodología** a seguir.
- Dominar la **normativa** y los **elementos** esenciales del **protocolo empresarial** (invitaciones, colocación de invitados, visitas, etc.).
- Aprender a elaborar un **presupuesto** completo de cada uno de los actos y eventos planificados y ajustarse al mismo.
- Analizar los resultados obtenidos a través de una completa **evaluación** y elaboración de un informe.
- Planificar las distintas acciones de **patrocinio**, teniendo en cuenta las diferentes modalidades y últimas **tendencias** que más se ajustan a las necesidades de la organización.
- Mejorar el uso de la **identidad gráfica** en los distintos tipos de eventos, en función de la estrategia de la empresa.
- Conocer las características específicas del protocolo **internacional**.
- Solucionar y **resolver cualquier situación inesperada** antes y durante la **realización del evento**.
- Explotar actos** de carácter mediático y **rentabilizar la inversión**: premios organizados por la empresa, roadshows, actos con personajes populares, etc.
- Utilizar todos los recursos que ofrece **Internet** para la **difusión de un evento**.
- Adecuar la **imagen corporativa** en los **eventos** de la organización y seleccionar los elementos gráficos adecuados (papelería, merchandising, regalos de empresa, stands, elementos multimedia, etc….)
- Determinar qué **acciones de Comunicación internas y externas** son **imprescindibles** para dar a conocer los actos de una empresa y que tengan el impacto esperado.

### ■ DIRIGIDO A...

- Directores y/o responsables del Departamento de Organización de eventos.
- Directores de Gabinete.
- Directivos de Empresa.
- Responsables y personal de los departamentos de Marketing, Relaciones Públicas y Comunicación.
- Personal del departamento de Relaciones Públicas y Comunicación.
- Responsables de Protocolo.
- Secretarías de Dirección.
- Directores de organismos estatales, autonómicos o de Ayuntamientos con responsabilidad en la organización de actos oficiales.

Y, en general, a cualquier profesional con responsabilidad en la organización de actos y eventos empresariales.

### ■ METODOLOGÍA

Nuestro modelo de formación a distancia se basa en una **acción tutorial constante**. El alumno estudiará de acuerdo a un **plan de trabajo** donde se definirán **tareas semanales** que deberá realizar con el apoyo del tutor y el coordinador. Se podrán realizar **actividades de desarrollo, casos prácticos, cuestionarios de autocorrección, trabajos en grupo**, etc. A través del foro se podrán formular dudas, se darán orientaciones y consejos, y se compartirán experiencias y conocimientos. El coordinador se encargará de dinamizar y fomentar la participación de todos los alumnos.

Para un buen aprovechamiento del curso, aconsejamos conectarse a diario o días alternos, no obstante, el diseño del contenido permite un **estudio independiente del ordenador**, a través del manual impreso. Para el envío de actividades al menos será necesario **conectarse dos veces por semana**.

## ■ CLAUSTRO DE PROFESORES

**DIRECCION ACADÉMICA**

**Dña. Mª de los Ángeles Moreno Fernández.**

Doctora en Ciencias de la Información. Profesora en la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos. Ha sido profesora de Comunicación Organizacional, Comunicación Institucional y Relaciones Públicas desde 1994. Ha impartido cursos y conferencias como contratada y visitante en la Universidad Pontificia de Salamanca, Universitá di Firenze (Italia), Instituto Politécnico de Guarda (Portugal), Universidad Pontificia Bolivariana (Colombia), Universidad Nacional de Costa Rica (Costa Rica) Syracuse University y University of Florida (USA)... Como investigadora del Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación, ha participado en diversos proyectos y publicado dos libros en castellano y diversos capítulos y artículos en revistas nacionales e internacionales.

**PROFESORADO**

**Dña. María Teresa Otero.**

Doctora en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura, Licenciada en Filosofía y Letras y Máster en Dirección de Empresas. Jefa de Protocolo de la Junta de Andalucía y de la Delegación del Gobierno en Andalucía. Directora de Atención a Días Nacionales en EXPO’92 y consultora en Expozaragoza 2008. Directora de M.T.O. Gabinete. Actualmente es Profesora titular en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Ha publicado medio centenar de artículos, capítulos y ponencias en actas de congresos. Además es Secretaria General de la Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas.

**D. Ángel Badillo.**

Profesor titular del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad de Salamanca. Anteriormente fue profesor de la Universidad Pontificia de Salamanca y de la University of Syracuse, y docente/investigador en universidades de Bélgica, Canadá y Alemania. En la actualidad, es profesor de diversos Títulos Propios y del programa de doctorado *Comunicación audiovisual, revolución tecnológica y cambio cultural* en la Universidad de Salamanca y del programa de doctorado de *Comunicación e Xornalismo* de la Universidad de Santiago de Compostela.

Es especialista en estructura de los medios de comunicación.

**D. Enric Saperas.**

Catedrático de Teoría de la Comunicación y Decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos. Doctor en Ciencias de la Información, cursó estudios de DEA en l’École des Hautes Études en Ciencias Sociales de París. Ha sido profesor en la Universidad Autónoma de Barcelona, en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona y actualmente en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Participa en diversos grupos de investigación como investigador principal y como miembro. Algunos de sus libros más relevantes han sido traducidos a varios idiomas y son referentes en el ámbito de la Teoría de la Comunicación. Habitualmente imparte formación sobre Teoría de la comunicación en las organizaciones, entre otros temas.

**Dña. Mª Luisa Humanes.**

Licenciada y Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Profesora titular y Directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación II de la Universidad Rey Juan Carlos. Ha sido profesora en la Universidad Complutense y en la Universidad de Salamanca. Ha participado en diversos proyectos de investigación del Programa Nacional de Promoción General del Conocimiento. Entre sus publicaciones más relevantes se encuentran los libros *Teoría y método en comunicación social* y *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Es experta en Teoría, Metodología de Comunicación y sociología profesional periodística.

**Dña. Ana de la Fuente.**

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Master por el IESE Business School (Executive MBA 2008). En la actualidad dirige la división de eventos del Grupo Inforpress, “Eventosquedejanhuella”. Su trayectoria profesional se ha desarrollado en empresas como Asaja, donde dirigió durante seis años el Departamento de Comunicación, Porter Novelli y Montané Comunicación, empresa de eventos, que dirigió durante más de cinco años.

**D. Luis Pablo Francescutti.**

Licenciado en Antropología Social por la Universidad Nacional de Rosario, Argentina y Doctor en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor titular de la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos. Periodista especializado en temas de ciencia, sanidad, tecnología y ecología en publicaciones como El País, La Razón, Diario 16, etc. Corresponsal del periódico argentino El Ciudadano. Ha realizado un informativo científico diario en radio Onda Madrid. Miembro de la comisión directiva de la Asociación Española de Periodismo Científico (AEPIC). Ha impartido cursos de licenciatura, seminarios, maestrías y cursos de especialización en la Facultad de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid y en la Facultad de Periodismo de la Universidad Carlos III. Ha publicado diversos libros y artículos y colaborado en proyectos de investigación. Es especialista en Relaciones con los Medios y especialización periodística.

**D. Juan José Carrera Rojas.**

Graduado Universitario y Técnico Especialista Superior en Protocolo y Relaciones Institucionales por la Universidad de Granada y la Escuela Internacional de Protocolo. En 2004 recibe el Premio Internacional de Protocolo a la mejor organización de un evento. Cuenta con una amplia experiencia en la formación sobre temas de protocolo oficial en organismos y entes públicos.

**Dña. Cristina Navarro Ruiz.**

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca. En la actualidad es profesora asociada de “Fundamentos de las Relaciones Públicas” en la Universidad Rey Juan Carlos. Experiencia profesional en diversos medios de comunicación escritos y audiovisuales - La Gaceta de Salamanca, Tribuna de Salamanca, El Mundo-El Correo de Burgos, Diario de Burgos, TV Castilla y León -. También impartió las asignaturas de “Redacción Periodística” y “Proyectos Periodísticos” en la Universidad Pontificia de Salamanca. Además, trabaja en el sector de las Relaciones Públicas y la organización de eventos para diferentes empresas. Es especialista en planificación y desarrollo de técnicas de relaciones públicas y eventos empresariales.

**D. Pablo Prieto.**

Arquitecto por la ETSAM de la Universidad Politécnica de Madrid. DEA en el Departamento de Ciencias de la Comunicación II de la Universidad Rey Juan Carlos. Actualmente es profesor de “Tecnología Digitales I” en la titulación de periodismo de la URJC. Profesionalmente ha sido coordinador del estudio de diseño “cubo-3” desde el año 2000 hasta el año 2007 desarrollando trabajos de diseño gráfico, desarrollo multimedia y proyectos de arquitectura efímera, entre los que destacan: evento de presentación de la tecnología i-mode de Movistar, coordinación del diseño integral de la Asamblea General de Cámaras 2007 (imagen del evento, diseño de cartelería y proyecto arquitectura efímera del evento) y equipo de diseño permanente de toda la línea de productos de la empresa de importación “García Mateo & Sinova”. Es experto en diseño gráfico y desarrollo multimedia.

**Dña. María Luisa Walliser Martín.**

Arquitecto por la ETSAM de la UPM. Su carrera profesional se desarrolla a caballo entre la arquitectura y el diseño gráfico. Ha desarrollado, entre otros, proyectos de interiorismo entre los que destacan: “Asistencia técnica para el desarrollo de las áreas comerciales del aeropuerto de Ibiza” para Aena. Cofundadora del equipo de diseño “cubo- 3”, a través del cual ha desarrollado desde el año 2000 trabajos como la escenografía para la presentación de “e-moción” de Telefónica-Movistar en Madrid y Barcelona; presentación de “Privanza”, banca privada, para el BBVA en Madrid. Actualmente es diseñadora en “Trazos y Tendencias”, empresa dedicada a la arquitectura efímera y decoración, y profesora de “Tecnologías Digitales I” en la titulación de periodismo de la URJC.

**Dña. Alicia Carmona.**

Licenciada en Ciencias de la Información rama Publicidad y RR PP por la Universid Complutense de Madrid y MBA - Executive por la Universidad Pontificia de Comillas ICADE- ICAI. Consultora senior de Inforpress y experta en protocolo y eventos empresariales.

**Dña. María González García.**

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Master en “Comunicación Multimedia” por la Universidad Francisco de Vitoria de Madrid. En la actualidad forma parte del departamento de eventos de Inforpress, “Eventos que dejan huella”. Ha trabajado los últimos 4 años en el departamento de Marketing y Comunicación de DELOITTE. Ha trabajado también en el departamento de comunicación de empresas como Value Retail, Roberto Verino, Cendant, y ha colaborado como docente en el Instituto Europeo di Design.

(Todos los formadores están confirmados. Por causas ajenas a su voluntad, Global Estrategias/Demos Group, se reserva la posibilidad de cambiar alguno de ellos por otro igualmente cualificado).

## ■ PROGRAMA

<b>MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN A LOS CONCEPTOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN Y DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN. Duración: 20 horas.</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Introducción a la comunicación interpersonal: Cómo transmitir con eficacia.</li> <li>Introducción a la comunicación de masas.</li> <li>Introducción a la comunicación en nuevas tecnologías.</li></ol>	<p>5.13.Patrocinio.</p> <p>5.14.Road Show.</p> <p>5.15.Premios.</p> <p>5.16.Otros Actos relevantes: Actos de primera piedra, libro de honor, firmas de acuerdos y convenios, cócteles y recepciones.</p>
<b>MÓDULO 2. LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS COMO PARTE DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS. Duración: 40 horas.</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Conceptos básicos de la comunicación organizacional.</li> <li>Los pasos de la planificación estratégica.</li> <li>Investigación formativa.</li> <li>Definición de problemas y objetivos.</li> <li>Determinación de públicos.</li> <li>Creación y selección de soluciones: estrategias, tácticas y técnicas.</li> <li>Gestión de los recursos: calendario y presupuesto.</li> <li>Implementación y evaluación.</li></ol>	<b>MÓDULO 6. IDENTIDAD GRÁFICA DE LOS EVENTOS. Duración: 10 horas.</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Introducción a la identidad corporativa: conceptos de cultura corporativa, imagen corporativa e identidad gráfica. <ol style="list-style-type: none"><li>Elementos básicos de la comunicación a través de la imagen: color, forma, tipografía, composición.</li></ol></li> <li>Elementos básicos de la imagen de marca: símbolo (logosímbolo), logotipo, marca. <ol style="list-style-type: none"><li>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.</li></ol></li> <li>Uso de los elementos de identidad gráfica en los distintos tipos de eventos: <ol style="list-style-type: none"><li>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.</li></ol></li></ol>
<b>MÓDULO 3. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES. Duración: 20 horas.</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Puntos clave para el éxito en la organización de eventos.</li> <li>Organización y planificación de actos.</li> <li>Metodología: Pasos a seguir.</li> <li>Cronograma de actividades. Importancia del cronograma. Proceso de elaboración.</li> <li>Timing del evento y Check List: Importancia en la organización y proceso de elaboración.</li> <li>Presupuesto del evento: Importancia del presupuesto para dimensionar el evento. Aspectos a tener en cuenta. Elaboración del presupuesto.</li> <li>Criterios a tener en cuenta en eventos con impacto en la Responsabilidad Social Corporativa de la compañía.</li> <li>Preparación y desarrollo del evento.</li> <li>Actividades a realizar antes del evento.</li> <li>Actividades posteriores. Análisis de resultados. Elaboración del Informe.</li> <li>Las preguntas clave antes de afrontar cualquier tipo de acto.</li></ol>	<b>MÓDULO 7. LA DIFUSIÓN DE LOS EVENTOS. Duración: 50 horas.</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Aspectos básicos de la gestión y evaluación de las relaciones con la prensa. <ol style="list-style-type: none"><li>Las Relaciones con la Prensa.</li> <li>Herramientas de las relaciones con la prensa.</li> <li>Estructura de los medios.</li> <li>Rutinas periodísticas y criterios de noticiabilidad.</li> <li>Planificación de medios y evaluación.</li></ol></li> <li>Consideraciones Prácticas para la difusión del evento en los medios: <ol style="list-style-type: none"><li>Modos de atraer la atención de los medios de comunicación.</li> <li>Criterios para determinar si un acto de empresa debe ser comunicado a los medios.</li> <li>Elección, según el evento, de los canales, medios y vías.</li> <li>El papel de los medios de comunicación en los actos empresariales.</li> <li>Explotar un road show en los medios.</li> <li>Explotar premios organizados por la empresa en los medios.</li> <li>Diferentes actos de carácter mediático: roadshows, actos con personajes populares, etc. Rentabilidad de la inversión.</li> <li>Utilización de vehículos en Internet para la difusión del evento</li></ol></li></ol>
<b>MÓDULO 4. DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS. Duración: 10 horas.</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Organización del departamento.</li> <li>Funciones del departamento.</li> <li>Papel del Director del departamento.</li> <li>Elementos imprescindibles en el departamento de Organización de Eventos.</li> <li>Procesos de comunicación con las distintas divisiones de la organización.</li></ol>	<b>MÓDULO 8. EL CEREMONIAL Y EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA. Duración: 35 horas.</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Conceptos básicos y normativa en vigor.</li> <li>Protocolo y empresa.</li> <li>Ceremonial y protocolo en las estrategias de relaciones públicas empresariales.</li> <li>Técnicas de ceremonial y protocolo aplicadas a la gestión empresarial.</li> <li>La ordenación de anfitriones e invitados en los actos.</li></ol>
<b>MÓDULO 5. DEFINICIÓN Y DESARROLLO DE LOS PRINCIPALES EVENTOS DE UNA ORGANIZACIÓN. Duración: 35 horas.</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Desayunos, comidas y cenas de empresa.</li> <li>Visitas a las instalaciones de la organización: clientes, vip’s y autoridades.</li> <li>Reuniones de alto nivel.</li> <li>Inauguraciones.</li> <li>Presentación a clientes.</li> <li>Actos homenaje.</li> <li>Aniversarios.</li> <li>Juntas Generales y Juntas de Accionistas.</li> <li>Viajes de incentivo.</li> <li>Convenciones Internas.</li> <li>Participación en Ferias.</li> <li>Organización y participación en Congresos.</li></ol>	<b>MÓDULO 9. ASPECTOS CEREMONIALES Y PROTOCOLARIOS DE LA ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN EVENTOS EXTRANJEROS O INTERNACIONALES. Duración: 10 horas.</b> <ol style="list-style-type: none"><li>Aspectos prácticos a tener en cuenta en la organización, participación y difusión de eventos internacionales.</li> <li>Pautas de comportamiento y negociación en distintas culturas y países.</li></ol>
	<b>PROYECTO FINAL. Duración: 20 horas.</b>