INESEM

BUSINESS SCHOOL

Postgrado en Organización de Congresos, Convenciones y Eventos Culturales y Empresariales + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Postgrado en Organización de Congresos, Convenciones y Eventos Culturales y Empresariales + Titulación Universitaria

duración total: 425 horas ***horas teleformación:*** 150 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

Este curso de Postgrado en Organización de Congresos, Convenciones y Eventos Culturales y Empresariales + Titulación Universitaria en Gestión de Agencias de Viajes y de Eventos Turísticos (Doble Titulación + 20 Créditos Tradicionales LRU) le ofrece una formación especializada en la materia. Actualmente hay una gran especialización a la hora de diseñar, gestionar y organizar cualquier tipo de evento, sea en el sector que sea, además se configura como una gran oportunidad para realizar acciones comerciales y aumentar los beneficios de cualquier empresa, por tanto, vamos a facilitar las herramientas para aprender a gestionar la organización de un evento (congreso, feria, deportivo, etc.) de la forma más eficiente posible para alcanzar el éxito.

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Conocer y distinguir los diversos tipos de reuniones que se producen en el ámbito empresarial.
- Conocer las normas básicas para vestir de etiqueta en aquellos eventos que así lo requieran.
- Destacar la importancia de las/los Relaciones Públicas en el ámbito empresarial y conocer las claves para alcanzar el éxito en la organización.
- Proporcionar una visión completa y general de todos los aspectos organizativos involucrados.
- Iniciar al alumno en el campo del protocolo y la organización de eventos
- Contribuir a la formación integral y multifuncional de los profesionales involucrados en la gestión y organización de eventos (seguridad, comunicación, ceremoniales, logística, marketing, patrocinios, etc.), favoreciendo con ello tanto su integración en los equipos de trabajo, como la mejora de su capacidad de coordinación de los mismos.
- Conocer los aspectos generales sobre las agencias de viajes.
- Adquirir conocimientos sobre la organización interna de la agencia de viajes.
- Conocer las fuentes de información de las agencias de viajes y eventos turísticos.
- Realizar una intermediación en la reserva, venta y promoción de las agencias de viajes y eventos turísticos.
- Conocer la venta de los diferentes transportes como aéreo, ferroviario, acuático etc.
- Aplicar las técnicas de marketing y ventas oportunas.

para qué te prepara

Este Curso de Postgrado en Organización de Congresos, Convenciones y Eventos Culturales y Empresariales + Titulación Universitaria en Gestión de Agencias de Viajes y de Eventos Turísticos (Doble Titulación + 20 Créditos Tradicionales LRU) le prepara para obtener formación completa e integral sobre los aspectos organizativos involucrados en la dirección y gestión de eventos (ferias, congresos, eventos deportivos, etc.) El curso permitirá al alumno/a organizar cualquier tipo de evento atendiendo a todos los aspectos necesarios para alcanzar un buen resultado.

salidas laborales

Sector del turismo / Agencias de viajes / Central de reservas / Entidades de distribución turística / Empresas de Organización y Gestión de Eventos.

titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La direccion General — Firma del alumno/a

MARIA MORENO HIDALGO — Sello — NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Organización, Gestión y Planificación de Eventos'

- Manual teórico 'Planificación de Destinos Turísticos'

profesorado y servicio de tutorías

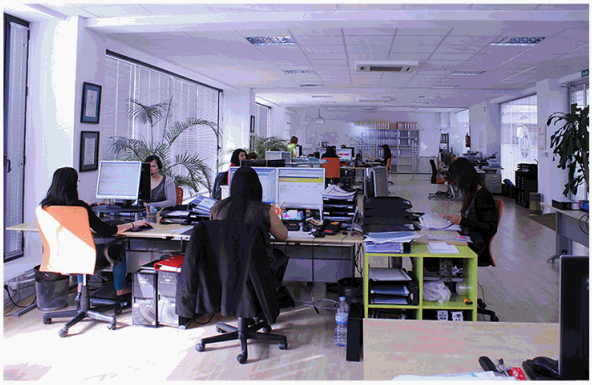
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail**: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono**: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual**: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

revista digital

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

PARTE 1. ORGANIZACIÓN, GESTIÓN Y PLANIFICACIÓ DE EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1.Introducción
2.Tipos de reuniones
3.Terminología usada en las reuniones, juntas y asambleas
4.Preparación de las reuniones
5.Etapas de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1.Tipos de Eventos
2.Organización del Evento
3.Condiciones técnicas y económicas requeridas al servicio contratado
4.Medios de cobro y pago

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ORGANIZADOR DE EVENTOS (RELACIONES PÚBLICAS)

1.Definición y concepto de Relaciones Públicas
2.Como montar una operación de relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOCOLO EMPRESARIAL PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1.Introducción
2.Real Decreto 2099/83 Ordenamiento General de precedencias en el Estado
3.El regalo en la empresa
4.La etiqueta
5.Ubicación correcta de símbolos
6.La imagen de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN

1.Conceptualización de la comunicación
2.Elementos constitutivos de la comunicación
3.Teorías de la comunicación según el contexto
4.Obstáculos en la comunicación
5.Tipos de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA COMUNICACIÓN EN EL PROTOCOLO EMPRESARIAL

1.Políticas de Comunicación Integral (PCI)
2.La formación comunicacional de los directivos
3.Cómo hablar en público
4.El comportamiento ante los medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CLASIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES

1.Cómo se planifica un acto público
2.Tipos de eventos
3.La seguridad en los actos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS (I)

1.Concepto de certamen ferial: Tipología de ferias
2.Formas de composición organizativa de las ferias
3.Organización de un recinto ferial
4.Gestión operativa de un Certamen ferial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (II)

1.Oferta y demanda de eventos feriales
2.Marketing y comunicación ferial
3.Comercialización del evento

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (I)

1.Precongreso
2.El congreso: días previos y celebración
3.La candidatura
4.El Comité Organizador
5.Definición del Congreso
6.Naturaleza del Congreso
7.Objetivos
8.Participantes
9.Elección de sede y fechas
10.La imagen
11.Medios
12.Comité de honor

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (II)

1.Las Secretarías del Congreso
2.Financiación del Congreso
3.Postcongreso

UNIDAD DIDÁCTICA 12. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (I)

1.Deporte y protocolo
2.Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo
3.Estrategia de Marketing
4.Elaboración de Presupuestos
5.Creación del Comité de dirección y coordinación

UNIDAD DIDÁCTICA 13. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (II)

1.Planificación estratégica
2.Fases de la planificación estratégica
3.Planificación deportiva
4.Tipos de planificaciones
5.Proceso planificador
6.La gestión deportiva
7.Punto de encuentro entre oferta y demanda
8.El proyecto deportivo
9.Dirección de proyectos deportivos

UNIDAD DIDÁCTICA 14. BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO

1.Introducción
2.Beneficios socioeconómicos fundamentales
3.Beneficios sociopolíticos
4.Repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 15. PATROCINIO DE EVENTOS: EL PATROCINIO DE UN EVENTO DEPORTIVO

1.Introducción
2.El patrocinio deportivo en España
3.Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos
4.Intereses y exigencias de los patrocinadores

UNIDAD DIDÁCTICA 16. HABILIDADES Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

1.Habilidades conversacionales
2.La escucha
3.La empatía
4.La reformulación
5.La aceptación incondicional
6.La destreza de personalizar
7.La confrontación

UNIDAD DIDÁCTICA 17. PUBLICIDAD, MARKETING Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA

1.La publicidad
2.Identidad corporativa

ANEXO 1. EJEMPLO PRÁCTICO DE PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

1.¿Por qué organizamos un evento?
2.Planificación y Organización del Evento
3.Formato del evento y Público objetivo
4.Presupuesto y programación
5.Destino y lugar de celebración

PARTE 2. PLANIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL TURISMO Y LA ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO

1.Concepto de turismo
2.El sistema turístico. Partes o subsistemas
3.El mercado turístico
4.La demanda turística
5.Pautas para investigar la demanda viajera
6.La oferta turística. Componentes de la oferta turística
7.Evolución histórica del turismo. Situación y tendenciasco
8.Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española: destinos y productos asociados
9.Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados
10.Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES

1.Turismo de sol y playa
2.Turismo de naturaleza y turismo activo
3.Turismo cultural y religioso
4.Turismo profesional
5.Turismo social y de salud

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES

1.Europa
2.África
3.América del Norte
4.América Central y América del Sur
5.Asia
6.Oceanía

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PATRIMONIO HISTÓRICO-ARTÍSTICO Y CULTURAL

1.Diferenciación de conceptos generales y clasificación
2.Aspectos legales. Niveles de protección. El patrimonio de la humanidad. El papel de la UNESCO. Los bienes de interés cultural o BIC
3.Restauración y conservación. Enfoques y técnicas
4.Museología: diferenciación, clasificación y aspectos técnicos. Geografía descriptiva de los museos. Ámbito region y local

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL ÁMBITO DEL TURISMO

1.Organización de la calidad
2.Gestión por procesos en hostelería y turismo
3.Procesos de producción y servicio
4.Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
5.Gestión de los datos
6.Evaluación de resultados
7.Propuestas de mejora

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING TURÍSTICO Y PROMOCIÓN DE VENTAS

1.Concepto de Marketing
2.El “Marketing” de servicios. Especificidades
3.Segmentación del mercado
4.El “mercado objetivo”
5.El Marketing Mix
6.Elementos. Estrategias
7.Políticas y directrices de marketing
8.El Plan de Marketing
9.Marketing directo. Técnicas. Argumentarios
10.Planes de promoción de ventas
11.La promoción de ventas
12.Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales
13.Normativa legal sobre bases de datos personales
14.Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas
15.Decisores y prescriptores
16.El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TENDENCIAS DEL MERCADO, CONSUMO RESPONSABLE Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

1.Evolución del concepto de turismo
2.La oferta turística
3.Situación actual y tendencias del mercado
4.Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística española
5.Consumo y responsabilidad social empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PROYECTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

1.Proyectos de creación, desarrollo y mejora de productos turísticos locales
2.Fases del ciclo de vida de un producto turístico local
3.Un pequeño resumen de cómo realizar correctamente un proyecto de desarrollo turístico local

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PRODUCTOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES

1.Concepto y características de un producto turístico sostenible
2.Análisis de técnicas para la identificación y catalogación de recursos turísticos
3.Gestión de las áreas naturales, herramientas, conceptos básicos y definiciones
4.Promoción del turismo a las áreas protegidas

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TURISMO ALTERNATIVO

1.Descripción de turismo alternativo
2.Concepto y definición
3.Características del turismo alternativo
4.Clasificación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. GENERACIÓN DE CADENAS DE VALOR PARA EL TURISMO SOSTENIBLE Y BUENAS PRÁCTICAS

1.Definición y generación de cadenas de valor
2.Pautas para generar cadenas de valor en el turismo sostenible
3.Establecimiento de buenas prácticas
4.Buenas prácticas en la instauración y funcionamiento de las instalaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ESTUDIO TÉCNICO DE DESTINOS TURÍSTICOS

1.Definición y concepto de estudio técnico
2.Objetivos generales y específicos
3.Partes que forman un estudio técnico

UNIDAD DIDÁCTICA 13. CREACIÓN Y GESTIÓN DE PRODUCTOS Y EMPRESAS ECOTURÍSTICAS

1.Definición, conceptos y productos de turismo
2.Situación, visión y gestión del ecoturismo
3.Creación y gestión de productos y empresas ecoturísticas

4.Plan de mejora ambiental dentro de la política de calidad
5.Certificados de sostenibilidad y compromiso

UNIDAD DIDÁCTICA 14. ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS

1.El Medioambiente y sus procesos
2.Empresa y Medioambiente
3.Espacios Naturales Protegidos
4.Tipología de los visitantes y usuarios a los espacios naturales protegidos

UNIDAD DIDÁCTICA 15. POLÍTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

1.Declaraciones internacionales
2.Las políticas de turismo sostenible en la Unión Europea
3.Regulación del turismo sostenible