

Máster Semipresencial Organización de Eventos





Máster Semipresencial Organización de Eventos

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS

Horas lectivas: 1.620 h

Acceso web: www.techtute.com/escuela-de-negocios/master-semipresencial/master-semipresencial-organizacion-eventos

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

¿Por qué cursar este
Máster Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competencias

pág. 16

05

Dirección del curso

pág. 20

06

Estructura y contenido

pág. 24

07

Prácticas

pág. 34

08

¿Dónde puedo hacer
las Prácticas?

pág. 40

09

Metodología

pág. 46

10

Titulación

pág. 54

01

Presentación

Las nuevas tecnologías han supuesto una revolución en la organización de eventos. La presencialidad en muchas ocasiones ha traspasado la barrera para dar paso a entornos eminentemente digitales. Todo un cambio al que debe adaptarse con agilidad y rapidez el organizador de cualquier evento hoy en día. La planificación, el dominio del sector o el protocolo ya no son suficientes para lograr un acto excelente, también se requiere de conocimiento actualizado y especializado sobre las últimas tendencias tecnológicas para triunfar. Esta titulación brinda la oportunidad al alumnado de profundizar en un sector con el fin de que sea capaz de liderar la organización de cualquier acontecimiento con profesionalidad. Asimismo, ofrece una estancia práctica durante 3 intensivas semanas donde podrá desarrollar todo su potencial en una empresa de gran prestigio de la mano de los profesionales más expertos del área.





“

¿Quieres conocer las últimas tendencias en Organización de Eventos? Matricúlate y avanza con los mejores docentes del sector”

Este Máster Semipresencial está orientado a profesionales del Marketing, la Comunicación o el Periodismo que deseen afrontar nuevos retos en el ámbito de la Organización de Eventos. La capacidad de liderazgo, la planificación y la resolución ante cualquier imprevisto serán esenciales para lograr un evento exitoso. Sin embargo, todo ello requiere de un conocimiento amplio de la propia organización y del sector al que se dirige.

Los eventos han evolucionado dejando atrás el formato tradicional con la presencialidad de las personas para dar paso a eventos virtuales con el 100% de los asistentes en entornos digitales, o eventos híbridos en los que algunos miembros se conectan a través de plataformas digitales mientras que el resto se encuentra en un espacio físico. Esta enseñanza permitirá al alumnado conocer las últimas tendencias en organización de eventos y obtener como resultado final el desarrollo de su propio modelo de negocio, tanto como *Event Planner* como con la creación de su propia agencia de eventos.

Durante los 12 meses de este programa, el alumnado contará con un equipo docente experto en la materia que le guiará para que sea capaz de organizar de principio a fin cualquier acontecimiento y sepa dominar las últimas técnicas en el ámbito del Marketing, las Finanzas, la Estrategia, la Comunicación, la Organización, la Planificación, la Operativa y la Logística. Es fundamental que el profesional tenga en cuenta la necesidad de otorgar a todas estas disciplinas la misma importancia si se desea obtener resultados óptimos.

El contenido de este programa ha sido elaborado por expertos en el área, que desempeñan actualmente su labor profesional y que tienen un amplio bagaje en el área empresarial y académica. De esta forma, el alumnado de este Máster Semipresencial cuenta con la garantía de recibir una enseñanza de calidad y con conocimiento actualizado.

En estas 1.500 horas de aprendizaje, el alumnado cursará una fase teórica impartida 100% online. En esta etapa contará con todo el material del plan de estudios para que sea descargado y visualizado en cualquier momento. Una libertad que facilita al estudiante compatibilizar sus obligaciones personales con una enseñanza que le permitirá crecer en su campo profesional. Asimismo, al concluir esta fase, el alumnado tendrá una capacitación práctica de 3 semanas de duración junto a profesionales del sector en una empresa responsable de organización de diferentes eventos.

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

- Desarrollo de más de 100 casos presentados por profesionales de la organización de eventos
- Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información técnica y profunda sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Comunicación, Marketing y Organización de Eventos
- 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
- Todo esto se complementará con lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- Además, podrás realizar una estancia de prácticas en unas de las empresas punteras en organización de eventos



Adquiere un conocimiento profundo sobre los eventos digitales y aplícalos a tus próximos actos”

“

Te aportamos todo el conocimiento en Marketing, planificación y organización para que lideres cualquier gestión de eventos”

En esta propuesta de Máster, de carácter profesionalizante y modalidad semipresencial, el programa está dirigido a la actualización de profesionales organizadores de eventos que desarrollan sus funciones para entidades públicas y privadas, y que requieren un alto nivel de cualificación. Los contenidos están basados en la última evidencia científica, y orientados de manera didáctica para integrar el saber teórico en el desempeño práctico de la organización de acontecimientos de índole cultural, político, social, económico o medioambiental, entre otros.

Gracias a su contenido multimedia elaborado con la última tecnología educativa, permitirán al profesional organizador de eventos un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales. El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del mismo. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

¿Tienes en mente crear tu propia agencia de eventos? Lánzate tras realizar este Máster Semipresencial y triunfa.

Compatibiliza tus obligaciones personales con un Máster Semipresencial 100% online en su fase teórica.



02

¿Por qué cursar este Máster Semipresencial?

Para obtener un desarrollo real en el campo de la Organización de Eventos, no solo basta con conocer los últimos procedimientos y técnicas del mercado. Es fundamental profundizar en la manera de implementarlos en las diferentes casuísticas que puedan darse dentro de esta disciplina. Por ello, TECH Universidad FUNDEPOS ha diseñado esta titulación, donde se combina la actualización más reciente en áreas como el Marketing, la Comunicación, las Finanzas o la Logística, con una estancia práctica en una compañía de alto prestigio. Así, el especialista obtendrá una visión amplia y completa del panorama más actual en Organización de Eventos. Una oportunidad única de actualizar conocimientos de la mano de los mayores expertos en la materia.





“

TECH Universidad FUNDEPOS te ofrece la oportunidad de adentrarte en una compañía real para desenvolverte en un área de trabajo exigente que te permitirá, de la mano de los mejores especialistas, adquirir las últimas novedades en Organización de Eventos”

1. Actualizarse a partir de la última tecnología disponible

Las nuevas tecnologías han traído consigo cambios considerables en el área de la Organización de Eventos. La presencialidad ha traspasado la barrera y, cada vez más, se desarrollan acontecimientos íntegramente digitales o con un sistema híbrido. Esto supone que el especialista encargado de estas labores debe conocer, con todo detalle, las últimas novedades de la industria. Y para ello, TECH Universidad FUNDEPOS presenta esta Capacitación Práctica, con la cual el profesional se adentrará en una compañía de gran prestigio y vanguardista.

2. Profundizar a partir de la experiencia de los mejores especialistas

A lo largo de todo el periodo práctico, un amplio equipo de profesionales acompañará al especialista, asegurándole una actualización de conocimientos sin precedentes. Además, un tutor designado específicamente, guiará y aconsejará al alumno en todas las labores que ejecute, lo que le permitirá adquirir los métodos más efectivos para incorporarlos a su praxis diaria.

3. Adentrarse en entornos de primera

Todas las compañías disponibles para realizar las Capacitaciones Prácticas han sido seleccionadas de manera minuciosa por TECH Universidad FUNDEPOS. Gracias a ello, el profesional tiene asegurado el acceso a una empresa de alto prestigio. Así, ahondará en el día a día de un espacio de trabajo exigente y riguroso, donde profundizará en los procedimientos más actualizados para el abordaje de cualquier evento.





¿Por qué cursar este Máster Semipresencial? | 11

4. Combinar la mejor teoría con la práctica más avanzada

Este modelo de aprendizaje 100% práctico pretende romper con los programas pedagógicos tradicionales existentes en el mercado. Con el objetivo de que el profesional pueda compaginar su vida personal y laboral con el estudio, TECH Universidad FUNDEPOS ha diseñado esta titulación. Un programa sin largas horas de carga lectiva en la que el especialista se pone al frente de las últimas actualizaciones en la Organización de Eventos, llevando todo lo adquirido a la práctica profesional durante 3 intensivas semanas.

5. Expandir las fronteras del conocimiento

Las compañías disponibles para realizar el período de prácticas de este Máster Semipresencial están repartidas por todo el mundo, lo que permite al profesional no solo acceder a centros de envergadura nacional, sino también internacional. Se trata de una manera de expandir sus fronteras y adquirir conocimientos de la mano de los mejores expertos en el área.



Tendrás una inmersión práctica total en el centro que tú mismo elijas

03 Objetivos

El objetivo de este Máster Semipresencial en Organización de Eventos es lograr que el alumnado adquiera y comprenda los conocimientos que aportan una especialización para poner en marcha cualquier idea en la organización de actos. Para lo cual deberá desarrollar habilidades interpersonales y desarrollar competencias en diferentes áreas como el Marketing, las Finanzas, la Logística o la Comunicación, además de comprender las nuevas realidades en la gestión de eventos provocado por la irrupción de las tecnologías.



“

Este programa te da la oportunidad de progresar en la organización de cualquier evento del sector MICE”



Objetivo general

- El objetivo principal de este Máster Semipresencial es que el profesional tenga la capacidad de organizar por sí mismo cualquier clase de evento, ya sea tradicional, virtual o híbrido. Para ello, durante los 12 meses de enseñanza, el alumnado conocerá en profundidad las tendencias actuales, desarrollará habilidades para trabajar en equipo, liderar actos, definir las estrategias, objetivos y políticas comerciales en el mercado MICE y dominar las diferentes herramientas empleadas en la actualidad para la digitalización, entre otros aspectos. Todo ello, lo conseguirá gracias al equipo docente especializado que verterá en esta titulación su saber y experiencia en el sector





Objetivos específicos

- ♦ 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
- ♦ Comunicar sus conclusiones y argumentación a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- ♦ Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- ♦ Desarrollar habilidades de relaciones interpersonales que permitan gestionar equipos de trabajo multidisciplinares y multiculturales
- ♦ Buscar y gestionar la información procedente de fuentes para tomar decisiones que contribuyan a la consecución de los objetivos de la organización
- ♦ Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales en el mercado MICE para establecer unas 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
- ♦ 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
- ♦ 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



Adquiere un conocimiento profundo sobre la evaluación de los diferentes escenarios, dificultades y posibilidades existentes para desarrollar con éxito el evento”

04 Competencias

El alumnado de este Máster Semipresencial adquirirá las competencias necesarias para dominar el sector de la Organización de Eventos, comprender la industria y los negocios relacionados con ellos. Asimismo, será capaz de gestionar proyectos estableciendo la estrategia, los objetivos y la planificación necesaria para que se ajuste a las necesidades de cada cliente y del sector en el que se desarrolle.



A woman with long brown hair, wearing a light-colored turtleneck sweater, is smiling and looking towards the left. She is in a modern interior space with large windows covered in sheer white curtains. The room features a white armchair with a red cushion and a grey textured ottoman. The background is a dark blue wall with a white geometric pattern. The image is partially obscured by a white diagonal shape that contains text.

“

Domina todas las técnicas y herramientas para el diseño de eventos. Matricúlate en este Master Semipresencial”



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

05

Dirección del curso

Con el objetivo de ofrecer la mayor calidad posible al alumnado, TECH Universidad FUNDEPOS ha seleccionado detenidamente a un equipo de expertos que poseen una alta cualificación y una amplia trayectoria profesional en la organización de eventos. Se trata de un conjunto de docentes que dirigen sus propias agencias y están preparados para adaptarse a los constantes cambios que sufre el sector debido a las nuevas tecnologías. Todo ello permitirá al especialista adquirir nuevos y profundos conocimientos gracias al respaldo de un cuadro docente especializado en el área.



“

Aprende todo lo que necesitas para triunfar gracias a un equipo docente que ha dirigido múltiples actos y agencias de eventos”

Dirección



D. Gil Tomas, Tommy

- ♦ Fundador y Director General de Atelier MICE
- ♦ Asesor de Gestión de Proyectos para la Conferencia Mundial de Educación Superior de la UNESCO
- ♦ Director de Desarrollo de Creativalab SL
- ♦ Director de Barcelona Congres Medic SL
- ♦ Máster en Dirección de Marketing
- ♦ Máster en Marketing Farmacéutico por ISM-ESIC
- ♦ Diplomado en Derecho Tributario por ESINE Centro Superior de Estudios Técnicos Empresariales



Profesores

Dr. Perelló Sobreperere, Marc

- ◆ Gestor de Comunicación Corporativa y Marketing
- ◆ Director del Área Digital y de Estrategia en Creativalab SL
- ◆ Dircom y Responsable del Área de Comunicación y Marketing en Abantia Group
- ◆ Dircom y Responsable del Área de Comunicación y Marketing en Managing Incompetence
- ◆ Docente de Marketing y Comunicación para estudios de posgrado universitario
- ◆ Autor y coautor de artículos para revistas especializadas en Comunicación
- ◆ Doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Ramon Llull
- ◆ Graduado en Periodismo por la Universitat Abat Oliba CEU
- ◆ Graduado en Publicidad y RRPP por la Universitat Abat Oliba CEU
- ◆ Máster en Humanidades y Ciencias Sociales por la Universitat Abat Oliba CEU



Los profesionales más destacados en el área de la gestión de eventos te proporcionarán las últimas novedades, ahondando en la aplicación de las nuevas tecnologías a este campo”

06

Estructura y contenido

El temario de este Máster Semipresencial ha sido diseñado para abordar los puntos clave en la organización de cualquier evento. Así, el alumnado tiene en esta titulación 10 módulos con un enfoque eminentemente práctico y experiencial que le aportarán una visión ampliada y actualizada del sector. Los vídeo resúmenes de cada tema, los casos reales aportados por el equipo docente y el sistema de aprendizaje *Relearning*, basado en la reiteración de contenido, serán esenciales para la comprensión de todo el temario y su puesta en práctica en el área profesional.





“

Accede a todo el contenido teórico desde el primer día para que lo visualices cuando lo desees. Este Master Semipresencial se adapta a ti. Inscríbete ya”

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 *Venue*
 - 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 Michelin
 - 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 RR. HH del evento
 - 8.3.1. Tipología de RR. HH 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 en 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



Esta capacitación te permitirá avanzar en tu carrera profesional de forma sencilla y cómoda”

07

Prácticas

Una vez concluya la fase teórica, el alumnado iniciará el periodo de prácticas de este Máster Semipresencial en una empresa que le permitirá desarrollar las funciones de organizador de eventos. Una actividad en la que estará acompañado de profesionales expertos en el área y que le guiarán en los pasos necesarios para realizar cualquier tipo de evento en los diferentes formatos y con las últimas herramientas empleadas en el sector.





“

Realiza tus prácticas junto a profesionales del sector que te aportarán las últimas novedades en Organización de Eventos”

El periodo de prácticas de este programa de Organización de Eventos está conformado por una estancia en una empresa, donde el alumnado podrá adquirir una experiencia real de cómo se planifica, organiza y coordina un evento en sus diferentes formatos. Todo ello con un personal especializado que le acompañará y guiará para que su aprendizaje sea lo más completo posible y responda a sus expectativas profesionales.

El alumnado estará de lunes a viernes con jornadas de 8 horas consecutivas de aprendizaje práctico. Esta estancia permitirá ver cómo todo lo aprendido en el marco teórico es posible trasladarlo al mundo real de la organización de eventos. El equipo docente de TECH Universidad FUNDEPOS de esta titulación estará realizando la labor de tutorización, para que el alumnado consiga en esta fase un aprendizaje óptimo, completo y de calidad.

Es sin duda una oportunidad para aprender trabajando en la industria de los eventos, donde el alumnado podrá ver cómo se seleccionan los espacios en función de la cita, el alojamiento de los ponentes participantes, las principales estrategias de Marketing y comunicación empleadas, la elaboración de planes acordes al evento o la relación con los medios de comunicación y agencias con el fin de dar la máxima visibilidad al acto.

La parte práctica se realizará con la participación activa del estudiante desempeñando las actividades y procedimientos de cada área de competencia (aprender a aprender y aprender a hacer), con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que faciliten el trabajo en equipo y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la praxis de la organización de eventos (aprender a ser y aprender a relacionarse).

Los procedimientos descritos a continuación serán la base de la parte práctica de la capacitación, y su realización estará sujeta a la disponibilidad propia del centro y su volumen de trabajo, siendo las actividades propuestas las siguientes:



Materializa todas tus ideas creativas en la organización de eventos con esta capacitación práctica”

Módulo	Actividad Práctica
Abordaje del Diseño y la Planificación de eventos	Dominar los distintos tipos de acontecimientos, profundizando en entornos de congresos, convenciones y eventos de incentivos
	Desarrollar actividades en eventos culturales, musicales, sociales o deportivos
	Gestionar un proyecto de Organización de Evento, ejecutando todas las fases desde la búsqueda del espacio hasta la posterior medición de resultados
	Investigar a través del Design Thinking la mejor estrategia a seguir en la creación de un evento
	Practicar la técnica de creación de señalética adecuada según el evento
	Decidir las opciones de transporte y ubicaciones más adecuadas según el evento que se organice
	Barajar las posibilidades de alojamiento, transporte y actividades del destino del evento dentro de la organización del mismo
	Elegir un destino atendiendo a su gastronomía, arquitectura, arte y palacios de congresos
Técnicas aplicadas a la Dirección de Finanzas	Manejar el presupuesto del evento, con su correspondiente partida de ingresos y gastos
	Elaborar un plan de contingencias ante posibles inconvenientes en la organización del evento
	Gestionar la fiscalidad del evento, teniendo en cuenta amortizaciones y comisiones
	Participar en la gestión de los beneficios obtenidos, ahondando en las posibilidades de inversión

Módulo	Actividad Práctica
Abordaje de la Dirección estratégica y Digitalización del Marketing y la Comunicación en los eventos	Elaborar planes de Marketing y publicidad acordes al evento organizado
	Analizar mediante diferentes técnicas las flaquezas y fortalezas del evento
	Mantener relaciones con los medios de comunicación y las agencias para la elaboración de un plan de comunicación
	Administrar eventos digitales en base a las nuevas tecnologías de la comunicación
	Segmentar el público objetivo del evento según los usuarios y Buyer persona
	Gestionar el <i>Branding</i> digital de la marca y evento en cuestión
	Planificar el dossier y puesta a punto de un evento digital
	Gestionar canales de comunicación y redes del evento digital
	Asumir la regiduría del evento digital e híbrido
	Elaborar planes de dirección de operaciones y logística efectivos
Técnicas de Dirección de Operaciones, Logística y Patrocinio de Eventos	Trazar planes de acción en base a ponentes, invitados VIP y accesibilidad
	Manejar la logística del montaje y desmontaje de un evento
	Planificar una estrategia de patrocinio y sostenibilidad de un evento
	Crear un dossier de patrocinio con datos técnicos
	Aplicar políticas de comercialización comunes en la gestión del patrocinio de un evento

Seguro de responsabilidad civil

La máxima preocupación de esta institución es garantizar la seguridad tanto de los profesionales en prácticas como de los demás agentes colaboradores necesarios en los procesos de capacitación práctica en la empresa. Dentro de las medidas dedicadas a lograrlo, se encuentra la respuesta ante cualquier incidente que pudiera ocurrir durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para ello, esta entidad educativa se compromete a contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier eventualidad que pudiera surgir durante el desarrollo de la estancia en el centro de prácticas.

Esta póliza de responsabilidad civil de los profesionales en prácticas tendrá coberturas amplias y quedará suscrita de forma previa al inicio del periodo de la capacitación práctica. De esta forma el profesional no tendrá que preocuparse en caso de tener que afrontar una situación inesperada y estará cubierto hasta que termine el programa práctico en el centro.



Condiciones generales de la capacitación práctica

Las condiciones generales del acuerdo de prácticas para el programa serán las siguientes:

1. TUTORÍA: durante el Máster Semipresencial el alumno tendrá asignados dos tutores que le acompañarán durante todo el proceso, resolviendo las dudas y cuestiones que pudieran surgir. Por un lado, habrá un tutor profesional perteneciente al centro de prácticas que tendrá como fin orientar y apoyar al alumno en todo momento. Por otro lado, también tendrá asignado un tutor académico cuya misión será la de coordinar y ayudar al alumno durante todo el proceso resolviendo dudas y facilitando todo aquello que pudiera necesitar. De este modo, el profesional estará acompañado en todo momento y podrá consultar las dudas que le surjan, tanto de índole práctica como académica.

2. DURACIÓN: el programa de prácticas tendrá una duración de tres semanas continuadas de formación práctica, distribuidas en jornadas de 8 horas y cinco días a la semana. Los días de asistencia y el horario serán responsabilidad del centro, informando al profesional debidamente y de forma previa, con suficiente tiempo de antelación para favorecer su organización.

3. INASISTENCIA: en caso de no presentarse el día del inicio del Máster Semipresencial, el alumno perderá el derecho a la misma sin posibilidad de reembolso o cambio de fechas. La ausencia durante más de dos días a las prácticas sin causa justificada/médica, supondrá la renuncia las prácticas y, por tanto, su finalización automática. Cualquier problema que aparezca durante el transcurso de la estancia se tendrá que informar debidamente y de forma urgente al tutor académico.

4. CERTIFICACIÓN: el alumno que supere el Máster Semipresencial recibirá un certificado que le acreditará la estancia en el centro en cuestión.

5. RELACIÓN LABORAL: el Máster Semipresencial no constituirá una relación laboral de ningún tipo.

6. ESTUDIOS PREVIOS: algunos centros podrán requerir certificado de estudios previos para la realización del Máster Semipresencial. En estos casos, será necesario presentarlo al departamento de prácticas de TECH Universidad FUNDEPOS para que se pueda confirmar la asignación del centro elegido.

7. NO INCLUYE: el Máster Semipresencial no incluirá ningún elemento no descrito en las presentes condiciones. Por tanto, no incluye alojamiento, transporte hasta la ciudad donde se realicen las prácticas, visados o cualquier otra prestación no descrita.

No obstante, el alumno podrá consultar con su tutor académico cualquier duda o recomendación al respecto. Este le brindará toda la información que fuera necesaria para facilitarle los trámites.

08

¿Dónde puedo hacer las Prácticas?

Este programa de Máster Semipresencial contempla en su itinerario una estancia práctica en una empresa del sector que le permitirá al alumnado conocer todo lo que implica la organización de un evento, la planificación, las dificultades o las resoluciones de los problemas a los que se enfrentan en su labor diaria. Todo ello con un equipo de profesionales que aportarán todo su conocimiento en este campo y un cuadro docente de TECH Universidad FUNDEPOS que llevará a cabo un seguimiento del aprendizaje del especialista para que avance en su carrera profesional.





“

Completa tu educación teórica con una estancia práctica, que te mostrará las amplias posibilidades profesionales de la industria de eventos”

tech 42 | ¿Dónde puedo hacer las Prácticas?



El alumno podrá cursar la parte práctica de este Máster Semipresencial en los siguientes centros:



Escuela de Negocios

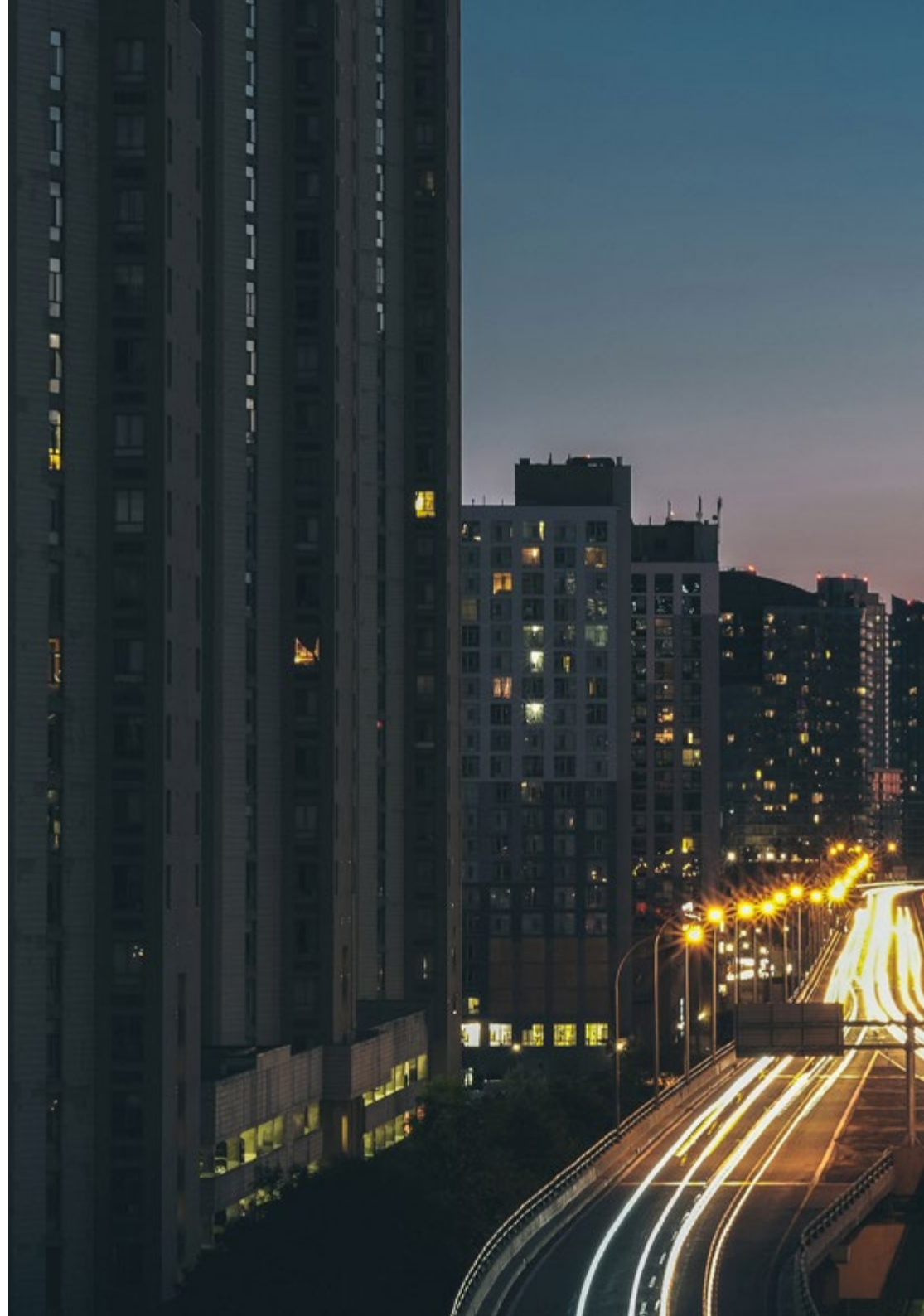
Madrid Urban Vibes

País	Ciudad
España	Madrid

Dirección: Calle de Sta Engracia, 62, 28010 Madrid

Agencia especializada en eventos,
excursiones y experiencias

Capacitaciones prácticas relacionadas:
-Organización de Eventos





Escuela de Negocios

ultimafiesta.com

País
España

Ciudad
León

Dirección: El Río, 9, 24359 Seisón de la Vega

Empresa dedicada a la asesoría en relación a la muerte

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Organización de Eventos
- MBA en Dirección Comercial y Ventas



Escuela de Negocios

Nameless Agency

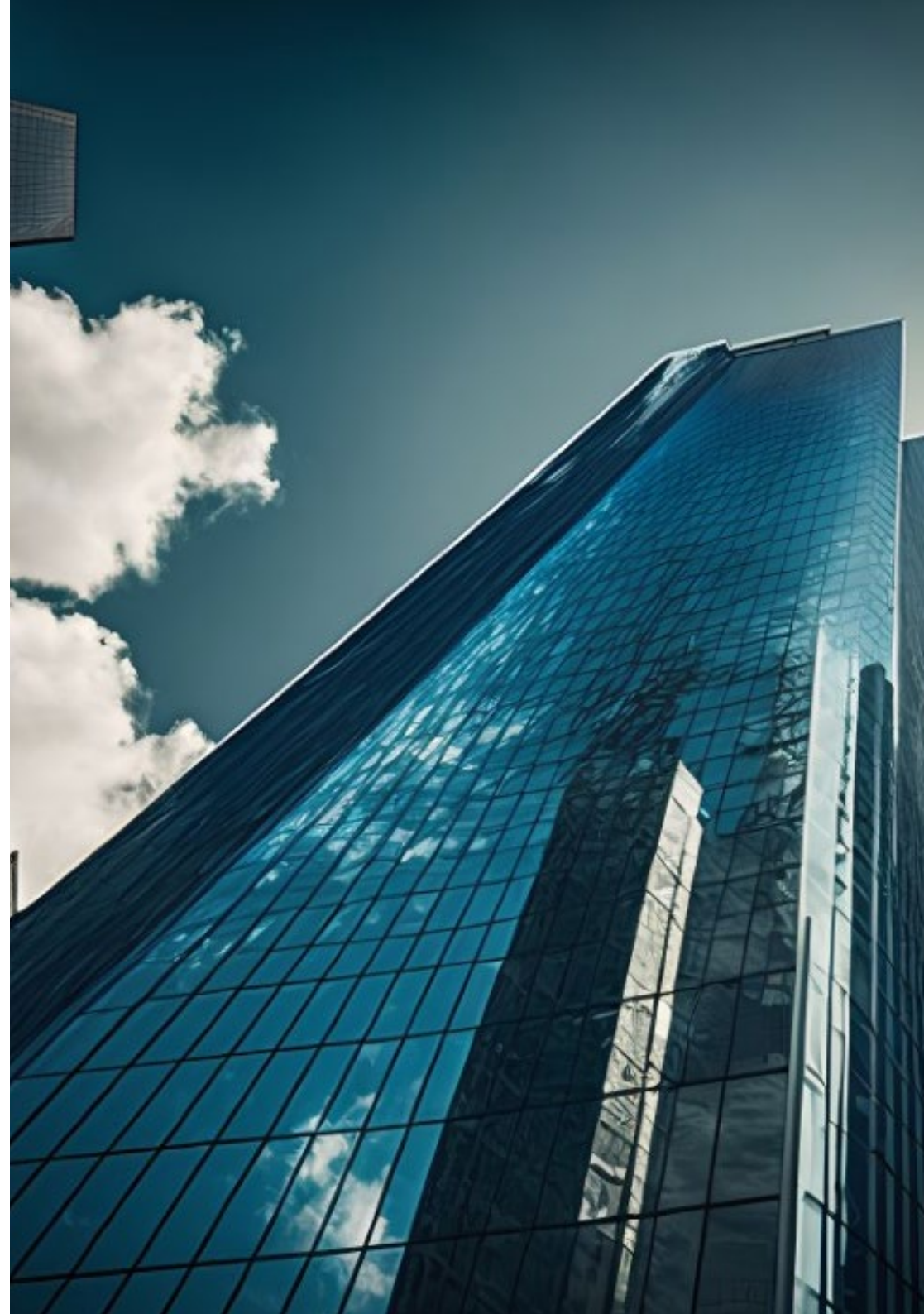
País: México Ciudad: Ciudad de México

Dirección: Tula 30 Colonia Condesa
Cauhtémoc C.P. 06140

Entidad especializada en marketing digital y relaciones públicas

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Comunicación Publicitaria
- MBA en Marketing Digital





Escuela de Negocios

Wakken

País
México

Ciudad
Ciudad de México

Dirección: Ozuluama 21 B Col. Hipódromo
Condesa Del. Cuauhtemoc

Espacio para la actividad física deportiva
de alto nivel

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Alto Rendimiento Deportivo
- Periodismo Deportivo

09

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”

TECH Universidad FUNDEPOS emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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 Universidad FUNDEPOS podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH Universidad FUNDEPOS es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

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 tomaran decisiones y emitieran 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

TECH Universidad FUNDEPOS aún de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

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

Nuestra escuela de negocios 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.

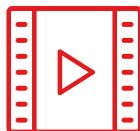
El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

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 Universidad FUNDEPOS. 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 directivas

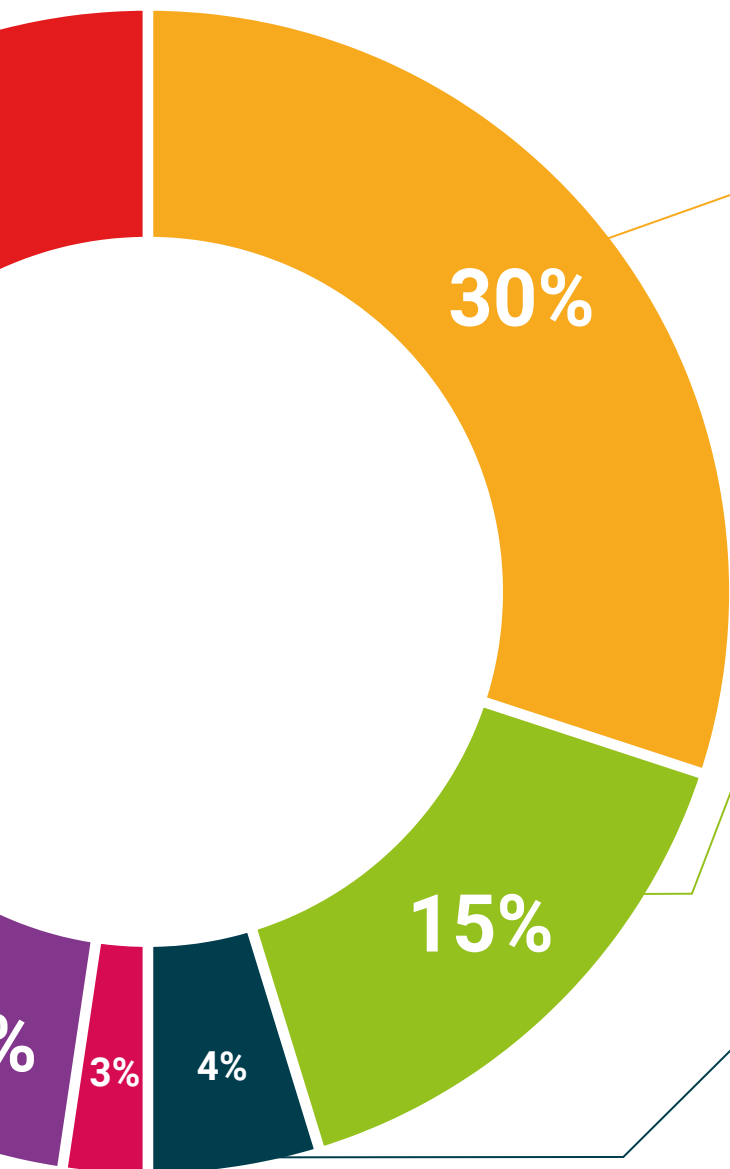
Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

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





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH Universidad FUNDEPOS 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.



10 Titulación

El Máster Semipresencial en Organización de Eventos garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Semipresencial, uno expedido por TECH Universidad Tecnológica y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

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

El programa del **Máster Semipresencial en Organización de Eventos** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Universidad Tecnológica, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Universidad Tecnológica y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

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

Modalidad: **Semipresencial (Online + Prácticas)**

Duración: **12 meses**

N.º Horas: **1.500 h. + 120 h.**



Máster Semipresencial en Organización de Eventos

Distribución General del Plan de Estudios		Distribución General del Plan de Estudios			
Tipo de materia	Horas	Curso	Materia	Horas	Carácter
Obligatoria (OB)	1.500	1	La Industria de los Eventos y el Turismo de Negocios	150	OB
Opcional (OP)	0	1	Diseño de los Eventos	150	OB
Prácticas Externas (PE)	120	1	Planificación de los Eventos	150	OB
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0	1	La Creación de las Candidaturas del Evento	150	OB
		1	Dirección de Finanzas	150	OB
		1	Estrategias de Dirección en Marketing y Comunicación	150	OB
		1	Dirección de Marketing y Digitalización de los Eventos	150	OB
		1	Dirección de Operaciones y Logística de los Eventos	150	OB
		1	El Patrocinio en los Eventos	150	OB
		1	Digitalización de los Eventos; Desarrollo de un Evento Digital	150	OB
	Total 1.620				

Mtra. Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

*Apostilla de la Haya. En caso de que el alumno solicite que su diploma de TECH Universidad Tecnológica recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad FUNDEPOS realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente
desarrollo web formación
aula virtual idiomas



Máster Semipresencial Organización de Eventos

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS

Horas lectivas: 1.620 h

Máster Semipresencial

Organización de Eventos

