

Máster Título Propio

Organización de Eventos



Máster Título Propio Organización de Eventos

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/master/master-organizacion-eventos

Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 22

05

Salidas profesionales

pág. 28

06

Metodología de estudio

pág. 32

07

Cuadro docente

pág. 42

08

Titulación

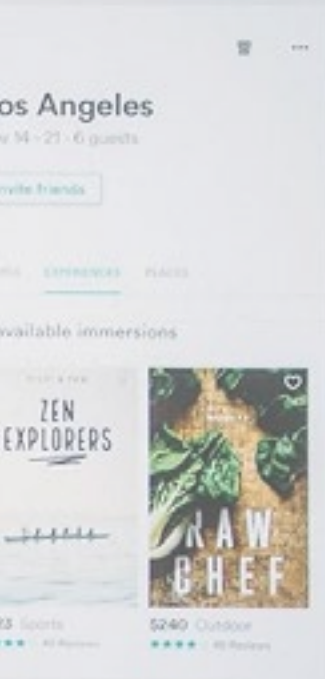
pág. 46

01

Presentación del programa

En un mundo cada vez más interconectado y dinámico, la Organización de Eventos se ha consolidado como una disciplina estratégica clave para la comunicación, el marketing y la construcción de marca. Según la *International Live Events Association (ILEA)* se destaca que el éxito de los Eventos radica en integrar creatividad, estrategia y tecnología. Tanto en el ámbito social, como empresarial, los objetivos siguen siendo comunicar, celebrar o conmemorar, pero con enfoques innovadores. Por esta razón, TECH ha diseñado un posgrado que preparará a los profesionales para que sean capaces de planificar, gestionar y ejecutar conmemoraciones de alto impacto, desde conferencias y congresos, hasta lanzamientos corporativos y actos culturales. Todo ello, a partir de una metodología 100% online e innovadora.





Pop-up Restaurant Tour

3 hour food and drink experience
Hosted by Pacita

\$85 per person
40 Reviews

Book now

“

Si deseas convertirte en un referente en la Organización de Eventos, adquiriendo competencias para diseñar experiencias memorables y generar valor real para empresas e instituciones, este itinerario es tu mejor opción”

La Organización de Eventos se ha convertido en un eje fundamental dentro del ámbito de la comunicación, especialmente para profesionales vinculados al Periodismo. En este sentido, la capacidad de diseñar, planificar y ejecutar eventos que comuniquen eficazmente, generen impacto y fortalezcan la imagen de marcas e instituciones es una competencia indispensable en el entorno actual.

Bajo esta premisa, TECH ha ideado este Máster Título Propio en Organización de Eventos que abordará ese campo desde una perspectiva estratégica, integral y actualizada. A través de un contenido riguroso y actualizado, se profundizará en aspectos clave como la gestión de protocolo, comunicación corporativa, logística, producción audiovisual y marketing experiencial. Además, se contemplarán las tendencias digitales que transforman el sector, entre ellos, el uso de plataformas virtuales para eventos híbridos y la implementación de tecnologías innovadoras que optimizan la experiencia del público y los organizadores.

A partir de esto, los egresados estarán preparados para asumir roles de liderazgo en la gestión de eventos en medios de comunicación, empresas, agencias especializadas y organismos públicos. De hecho, la amplitud de conocimientos y habilidades adquiridas les permitirá diferenciarse en un mercado competitivo, gestionando proyectos con visión estratégica o creatividad y adaptándose a los constantes cambios del sector para maximizar su proyección profesional.

Asimismo, TECH ofrecerá este programa universitario en una modalidad 100% online que facilita la conciliación de la vida profesional y personal. A su vez, la metodología *Relearning*, implementada a lo largo del plan de estudios, favorecerá la asimilación profunda de los contenidos mediante la reiteración y la práctica constante. De esta manera, los periodistas podrán acceder al material en cualquier momento y desde cualquier dispositivo, asegurando una experiencia de aprendizaje flexible, dinámica y eficiente.

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

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



Un evento exitoso contiene aspectos indispensables a conocer en materia de finanzas, marketing, comunicación y digitalización. Todo ello lo dominarás con esta exhaustiva e innovadora titulación universitaria 100% online”

“

Alcanzarás tus objetivos profesionales con este Máster Título Propio con contenido exclusivo. ¿Qué esperas para realizar tu perfil como event planner?”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito de la dirección de eventos y marketing, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextualizado, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

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

Definirás objetivos, planes y políticas comerciales de acuerdo con el mercado MICE para establecer unas adecuadas políticas en línea con los objetivos y estrategias de la empresa.

Sabrás organizar eventos exitosos de forma totalmente profesional. Matricúlate en TECH y alcanza tus metas con una metodología 100% online.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.



“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistuba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en diez idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.



Forbes
Mejor universidad
online del mundo

Plan
de estudios
más completo

Profesorado
TOP
Internacional


La metodología
más eficaz

nº1
Mundial
Mayor universidad
online del mundo

Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

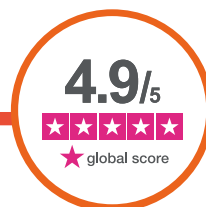
Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de estudios

El plan de estudios de este Máster Título Propio ha sido diseñado para ofrecer un aprendizaje completo y actualizado, combinando teoría y práctica de manera efectiva. A lo largo del programa universitario, los periodistas adquirirán habilidades clave en planificación, logística, comunicación y estrategia, fundamentales para liderar Eventos de alto impacto. Además, el enfoque basado en casos reales permitirá aplicar los conocimientos de forma inmediata, garantizando un itinerario alineado con las exigencias del sector. Así, los egresados se prepararán para afrontar cualquier desafío profesional.



“

La titulación universitaria que necesitas para reforzar, ampliar y elevar tus conocimientos en Organización de Eventos. Te abrirás paso a un numeroso abanico de posibilidades en el mercado actual”

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 entre 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. *Design Thinking*
 - 2.2.1. Mapas de actores
 - 2.2.2. Focus Group
 - 2.2.3. Bench Marking
- 2.3. Design 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. Currículum 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 de 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 aumento 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 práctica 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 *Knowledge 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. *Inbound Marketing*

- 7.5. *Branding Digital*
 - 7.5.1. *Branding de marca*
 - 7.5.2. *Branding de evento*
 - 7.5.3. Acciones a llevar a cabo en función de la cuenta explotación
- 7.6. El Proceso de Benchmarking
 - 7.6.1. Propósito del evento
 - 7.6.2. Análisis de la Competencia
 - 7.6.3. Benchmarking de resultados
- 7.7. Campañas para eventos
 - 7.7.1. *Brainstorming* y bajada de ideas
 - 7.7.2. Parte interna y externa de la campaña
 - 7.7.3. Implementación y seguimiento de la Campaña
- 7.8. Herramientas Digitales
 - 7.8.1. Fijación de objetivos y estrategias
 - 7.8.2. Selección de canales y plataformas
 - 7.8.3. Optimización de los resultados en tiempo real
- 7.9. Redes Sociales
 - 7.9.1. Conocimiento y uso de las Redes Sociales
 - 7.9.2. Roles más importantes para un evento
 - 7.9.3. Ejecución del directo de Redes Sociales para un evento
- 7.10. Dirección de equipos de Marketing y Comunicación
 - 7.10.1. Habilidades de Liderazgo
 - 7.10.2. Claves para un Management pragmático
 - 7.10.3. Gestión del día a día

Módulo 8. Dirección de Operaciones y Logística de los Eventos

- 8.1. Operativa y Logística de Actividades
 - 8.1.1. Estudio de las necesidades de la actividad
 - 8.1.2. Proyectar la Operativa necesaria
 - 8.1.3. Conocer las necesidades del personal de la Operativa
- 8.2. Logística de Transporte y Accesos
 - 8.2.1. Logística en función de los tipos de transporte del evento
 - 8.2.2. Logística en función de los accesos
 - 8.2.3. Capacidad en los puntos de acceso y de transporte



- 
- 8.3. Gestión de RRHH del Evento
 - 8.3.1. Tipología de RRHH disponibles para el evento
 - 8.3.2. Comunicación Interna
 - 8.3.3. Jerarquías y Cadenas de Mando
 - 8.4. Gestión de Proveedores
 - 8.4.1. Política de comunicación con los Proveedores
 - 8.4.2. Gestión de la Operativa de cada Proveedor
 - 8.4.3. Adaptabilidad y necesidades de cada Proveedor
 - 8.5. Operativa de Ponentes e Invitados VIP
 - 8.5.1. Protocolo de Contacto con los VIP
 - 8.5.2. Gestionar necesidades de los invitados VIP (zonas de acceso, seguridad, transporte...)
 - 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 estrategia 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 las 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. Regiduría del evento virtual e híbrido
 - 10.10.1. Seguimiento del evento a través de la regiduría
 - 10.10.2. Escaleta y orden de la retransmisión
 - 10.10.3. Resolución de incidencias del directo

“

Desarrollarás competencias en Branding de marca, hospitality y liderazgo, habilidades claves para destacarte la Organización de Eventos”

04

Objetivos docentes

Dominar la Organización de Eventos va más allá de la planificación: implica estrategia, creatividad y visión de negocio. Por ello, este Máster Título Propio tiene como objetivo no solo transmitir conocimientos, sino también brindar habilidades para diseñar experiencias memorables. A través de un enfoque práctico e innovador, los periodistas sabrán gestionar cada fase de un evento, optimizando recursos y maximizando impacto. Además, adquirirán competencias en marketing, logística y comunicación, esenciales en un sector en expansión. Al finalizar, los egresados estarán preparados para liderar proyectos de alto nivel y transformar ideas en realidades inolvidables.



“

Te convertirás en un líder de la industria del marketing y la planificación de eventos empresariales innovadores. ¡Aquí alcanzarás tus objetivos!”



Objetivos generales

- ♦ Comprender los conocimientos que aporten una especialización u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
- ♦ Desarrollar habilidades de relaciones interpersonales que permitan gestionar equipos de trabajo multidisciplinares y multiculturales
- ♦ Adquirir competencias de Dirección Financiera (*Financial Management*)
- ♦ Conocer en profundidad las tendencias actuales en materia de Organización de Eventos
- ♦ Dominar la digitalización del evento, las herramientas más utilizadas en la actualidad y nuevas tendencias
- ♦ Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales en el mercado MICE para establecer 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
- ♦ Entender la importancia y organización de los eventos híbridos
- ♦ Analizar 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





Objetivos específicos

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

- ♦ Profundizar en el conocimiento de los *key players* del sector MICE
- ♦ Dominar la importancia de los *Convention Bureaus* y la cocreación con ellos
- ♦ Conocer en profundidad la industria de los eventos a nivel global y su importancia económica
- ♦ Desarrollar las competencias necesarias para poder dirigir una empresa de eventos en función de la tipología de este

Módulo 2. Diseño de los Eventos

- ♦ Dominar el diseño de los eventos en el contexto de la economía de la experiencia, la cocreación, *design thinking* y el *marketing*
- ♦ Aprender a planificar los eventos para aumentar el retorno de la inversión (ROI)
- ♦ Entender la importancia de los eventos como herramienta de *marketing* de acuerdo con las tendencias del mercado
- ♦ Generar experiencias en los eventos (Marketing experiencial) y experiencias inmersivas

Módulo 3. Planificación de los Eventos

- ♦ Aprender a crear el cronograma del evento de acuerdo con los parámetros establecidos
- ♦ Realizar las escaletas de cada una de las partes del evento
- ♦ Conocer de manera profunda cómo organizar los espacios, qué prioridades y qué tipos de formato utilizar
- ♦ Gestionar la distribución del contenido y de los ponentes en función de las necesidades y prioridades

Módulo 4. La Creación de las Candidaturas del Evento

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

Módulo 5. Dirección de Finanzas

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

Módulo 6. Estrategias de Dirección en Marketing y Comunicación

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

Módulo 7. Dirección de Marketing y Digitalización de los Eventos

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

Módulo 8. Dirección de Operaciones y Logística de los Eventos

- ♦ Aprender en profundidad los elementos fundamentales de la logística y operativa de un evento
- ♦ Entender la gestión del RRHH como factor indispensable dentro del desarrollo del evento
- ♦ Manejar de forma eficaz las relaciones con proveedores, ponentes e invitados VIP
- ♦ Conocer los *timing* necesarios para hacer un eficiente montaje y desmontaje del evento

Módulo 9. El Patrocinio en los Eventos

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



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

- ♦ Conocer en profundidad los eventos híbridos, la importancia que tienen actualmente y el futuro de estos
- ♦ Analizar la regiduría de un evento digital y su importancia. La escaleta y los *timings*
- ♦ Realizar un plató virtual. Conocer sus elementos: croma, *backscreen*, realidad aumentada, entre otros
- ♦ Análisis de las audiencias y capacidades, formas de interacción tanto presenciales como virtuales

“

Adquirirás habilidades en el manejo de presupuestos altos en la Organización de Eventos y dominarás el concepto de cash flow, fundamental en planificación y visión empresarial”

05

Salidas profesionales

Crear experiencias impactantes requiere visión, estrategia y liderazgo. Por ello, con una preparación especializada, los periodistas estarán listos para dirigir eventos corporativos, gestionar congresos o ferias internacionales, coordinar festivales culturales o deportivos e innovar en el sector MICE. A su vez, las oportunidades abarcarán agencias de eventos, productoras, grandes marcas, instituciones gubernamentales y el mundo del emprendimiento. En definitiva, los egresados desarrollarán competencias clave en planificación, negociación, logística y marketing experiencial, aspectos clave para destacar en un sector en crecimiento.



“

¿Quieres ser un experto en liderazgo y Branding empresarial? Este itinerario te impulsará a cumplir tus propósitos y te abrirá puertas a un mercado global en constante evolución y crecimiento”

Perfil del egresado

Un profesional capaz de transformar ideas en experiencias memorables: ese será el perfil del egresado de este programa universitario. De este modo, se destacará como un experto en planificación, gestión y ejecución de Eventos, con una visión estratégica y creativa. Dominando áreas clave como logística, marketing, comunicación y protocolo, podrá coordinar proyectos de alto impacto con eficiencia y precisión. Además, su capacidad de liderazgo, resolución de problemas y adaptación a las nuevas tendencias le permitirá destacar en un sector dinámico y competitivo. En definitiva, este experto estará preparado para afrontar cualquier desafío en la industria de los Eventos.

Impulsa tu carrera como instructor especialista en etiqueta y protocolo, emprendiendo en el mundo de la planificación de Eventos empresariales.

- ♦ **Gestión de la experiencia del cliente:** diseñar y gestionar experiencias personalizadas que generen satisfacción y fidelización en los participantes del evento
- ♦ **Capacidad de networking:** establecer relaciones profesionales sólidas y generar alianzas estratégicas que beneficien la Organización de Eventos
- ♦ **Pensamiento crítico:** evaluar diferentes perspectivas y tomar decisiones basadas en un análisis profundo de la información disponible
- ♦ **Gestión de la multiculturalidad:** trabajar eficazmente con equipos y públicos de diversas culturas, adaptando el enfoque de los eventos a un contexto global





Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

- 1. Director de Proyectos:** líder de la planificación y ejecución de proyectos, gestionando equipos y recursos para asegurar el éxito de cada iniciativa.
- 2. Planner Corporativo:** organizador de experiencias para empresas, desde conferencias hasta actividades de *team building*, adaptadas a las necesidades específicas de la organización.
- 3. Coordinador de Congresos y Conferencias:** gestor de la logística y la interacción entre los ponentes y los asistentes, asegurando que todo el evento se desarrolle sin inconvenientes.
- 4. Productor de Experiencias:** encargado de crear y ejecutar experiencias únicas, cuidando todos los detalles desde la concepción hasta la finalización.
- 5. Consultor de Estrategias Corporativas:** asesor en la planificación y ejecución de actividades que alineen los objetivos comerciales de la empresa con la Organización de Eventos.
- 6. Responsable de Relaciones Públicas:** gestor de la comunicación con medios, invitados y stakeholders clave, promoviendo la imagen de la organización o el cliente.
- 7. Gestor Logístico:** organizador de la distribución de recursos y la infraestructura necesaria, garantizando que todos los aspectos logísticos se coordinen correctamente.
- 8. Director de Marketing de Proyectos Especiales:** creador de campañas de *marketing* para eventos y actividades específicas, asegurando visibilidad y atracción del público objetivo.
- 9. Community Manager de Proyectos:** desarrollador y ejecutor de estrategias en redes sociales para promocionar actividades, manteniendo la interacción y el *engagement* con los participantes.
- 10. Coordinador de Operaciones:** supervisor del día a día en la ejecución de proyectos, gestionando equipos, tiempos y recursos para asegurar el cumplimiento de los objetivos

06

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

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

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios”

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

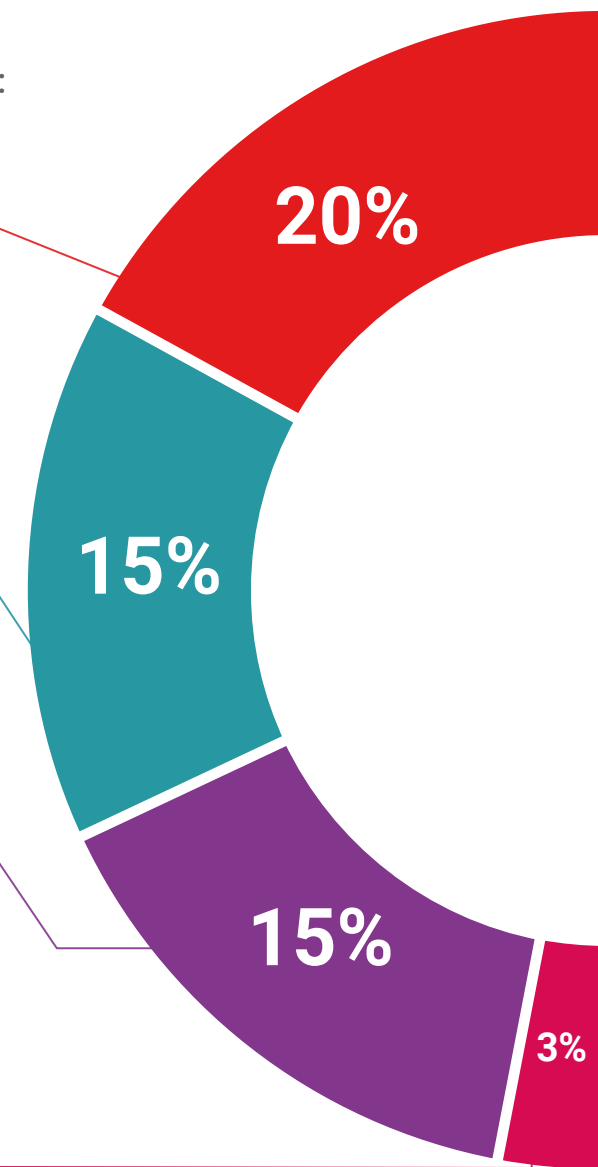
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

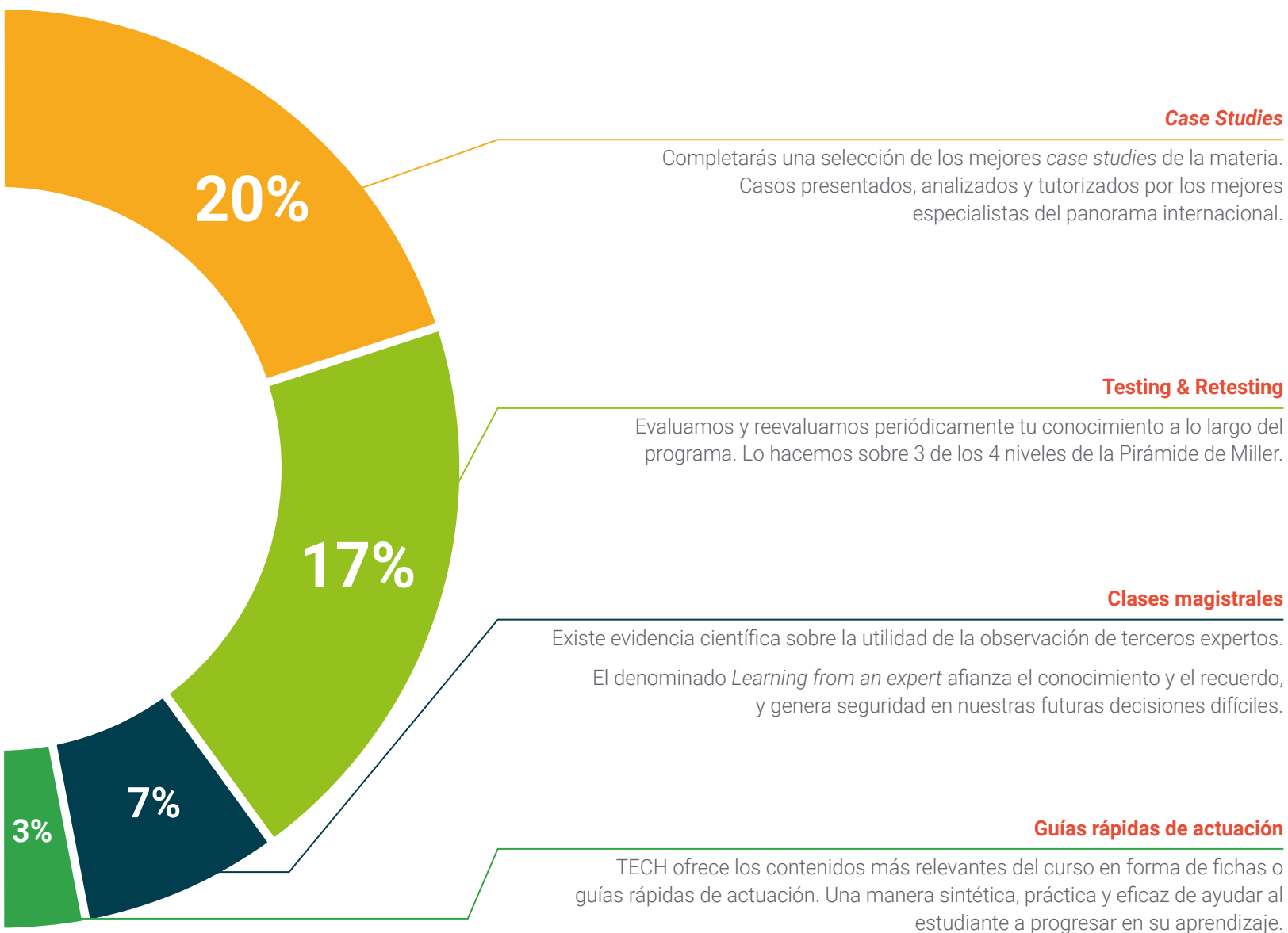
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



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 nuestras futuras decisiones difíciles.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



07

Cuadro docente

Los expertos que integran este programa universitario cuentan con una sólida trayectoria en la Organización de Eventos, respaldada por años de experiencia en el sector. Su conocimiento actualizado y especializado garantizará un aprendizaje alineado con las exigencias y tendencias de la industria. A través de un enfoque práctico y riguroso, los mentores ofrecerán una capacitación basada en la aplicación real de estrategias y metodologías clave, asegurando que los egresados adquieran las competencias necesarias para enfrentar los desafíos del sector con solvencia y profesionalismo.



“

¡Te instruirás con los mejores docentes! Con experiencia real y casos de éxito, estos expertos están listos para guiarte hacia el dominio total de la Organización 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

D. Perelló Sobreper, Marc

- ♦ Director del Área Digital y de Estrategia en Creativalab S.L
- ♦ Dircom y responsable del Área de Comunicación y Marketing en Avantia Group
- ♦ Dircom y responsable del Área de Comunicación y Marketing en Managing Incompetence
- ♦ Doctor acreditado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Ramon Llull
- ♦ Máster en Humanidades y Ciencias Sociales por la Universidad CEU Abat Oliba
- ♦ Grado en Periodismo por la Universidad CEU Abat Oliba
- ♦ Grado en Publicidad y RRPP por la Universidad CEU Abat Oliba



“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

08

Titulación

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



“

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

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

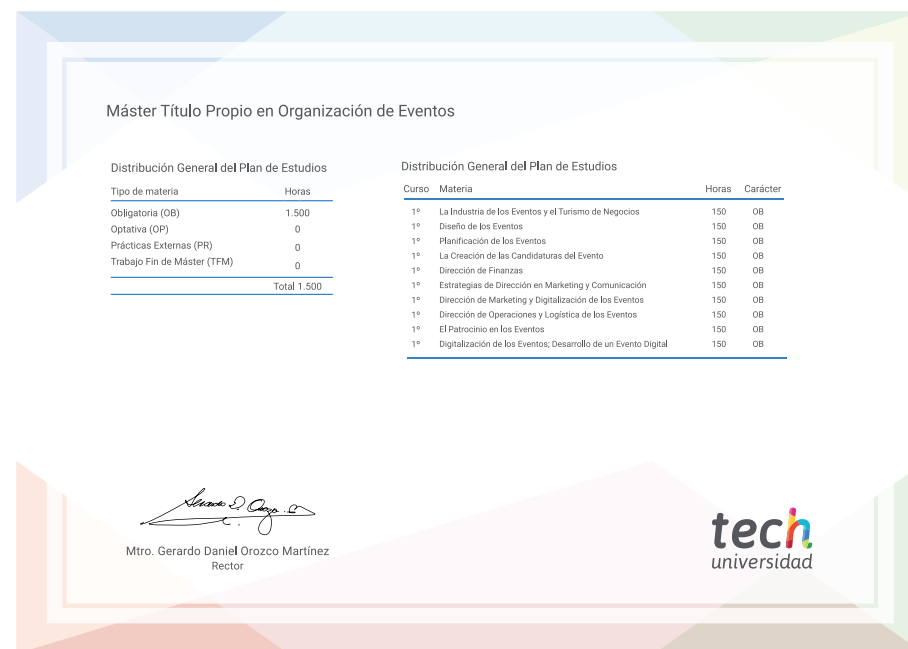
Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad**.

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

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

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **12 meses**



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

futuro
salud 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 Título Propio Organización de Eventos

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

Organización de Eventos