

EVENTOS CORPORATIVOS	
CARRERA	PRODUCCIÓN Y GESTIÓN DE EVENTOS
PRE REQUISITOS	Comunicación e Imagen Corporativa Administración de Eventos Recursos Gráficos y Audiovisuales
SEMESTRE	Tercero
HORAS TOTALES	72
HORAS SEMANALES	04
OBJETIVO GENERAL	Desarrollar e implementar la producción de eventos, como una estrategia institucional, con formulación de objetivos corporativos.

UNIDAD N°	TITULO UNIDAD	HORAS
1	IMAGEN CORPORATIVA : UN RECURSO DE EVOLUCIÓN CONSTANTE.	20
2	EVENTOS CORPORATIVOS COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA.	20
3	TALLER DE EVENTOS CORPORATIVOS	32

UNIDAD Nº	1
TITULO UNIDAD	IMAGEN CORPORATIVA: UN RECURSO DE EVOLUCIÓN CONSTANTE.
HORAS TOTALES UNIDAD	20
OBJETIVO GENERAL	Relacionar la Imagen Corporativa con las nuevas tendencias del mercado.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS
<p>Reconocer la importancia de una adecuada Imagen en un entorno competitivo.</p> <p>Desarrollar tácticas de proyección de imagen en las distintas esferas corporativas.</p> <p>Identificar las estrategias de difusión de imagen que utilizan las empresas.</p>	<p>1. Imagen Corporativa</p> <p>1.1 Conceptos de Identidad e Imagen.</p> <p>1.2 Símbolos Corporativos .</p> <p>1.3 La importancia del nombre.</p> <p>1.4 Imagen Gráfica.</p> <p>1.5 Imagen inmobiliaria.</p> <p>1.6 Imagen del personal.</p> <p>1.7 Imagen de los puntos de Venta.</p> <p>1.8 Imagen de los productos.</p> <p>1.9 Imagen en Internet.</p> <p>2. Estrategias Corporativas para la difusión.</p> <p>2.1 Relaciones Públicas.</p> <p>2.2 Publicity en medios masivos.</p> <p>2.3 Publicidad.</p> <p>2.4 Marketing Directo.</p> <p>2.5 Telemarketing.</p> <p>2.6 Estrategias de Lanzamientos de Productos.</p> <p>2.7 Estrategias de Mantención.</p> <p>2.8 Estrategias de fidelización de marcas.</p>

UNIDAD Nº	2
TITULO UNIDAD	EVENTOS CORPORATIVOS COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA
HORAS TOTALES UNIDAD	20
OBJETIVO GENERAL	Identificar los distintos tipos de eventos corporativos, comerciales y no comerciales, que desarrolla una empresa.
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS
<p>Identificar características y objetivos de los distintos tipos de eventos internos.</p> <p>Identificar características y objetivos de los distintos tipos de eventos externos.</p>	<p>1. Eventos internos en las empresas</p> <p>1.1 Seminarios</p> <p>1.1.1 Objetivos</p> <p>1.1.2 Características</p> <p>1.1.3 Asistentes</p> <p>1.1.4 Servicios asociados</p> <p>1.2 Reuniones</p> <p>1.2.1 Objetivos</p> <p>1.2.2 Características</p> <p>1.2.3 Asistentes</p> <p>1.2.4 Servicios asociados</p> <p>1.3 Celebraciones</p> <p>1.3.1 Objetivos</p> <p>1.3.2 Características</p> <p>1.3.3 Asistentes</p> <p>1.3.4 Servicios asociados</p> <p>1.4 Otros eventos internos</p> <p>2. Eventos externos en las empresas</p> <p>2.1 Lanzamiento de productos</p> <p>2.1.1 Objetivos</p> <p>2.1.2 Características</p> <p>2.1.3 Asistentes</p> <p>2.1.4 Servicios asociados</p> <p>2.2 Lanzamiento de campañas</p> <p>2.2.1 Objetivos</p> <p>2.2.2 Características</p> <p>2.2.3 Asistentes</p> <p>2.2.4 Servicios asociados</p> <p>2.3 Otros</p>

UNIDAD Nº	3
TITULO UNIDAD	TALLER DE EVENTOS CORPORATIVOS
HORAS TOTALES UNIDAD	32
OBJETIVO GENERAL	Formular un evento corporativo
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDOS
<p>Identificar los recursos necesarios para la ejecución de un evento corporativo.</p> <p>Formular un programa de actividades para un evento corporativo.</p> <p>Diseñar medidas y programas de control de un evento corporativo.</p>	<p>1. Formulación de un evento</p> <p>1.1 Plan Estratégico para la gestión y producción de eventos corporativos.</p> <p>1.2 Diseño de la Carta Grantt</p> <p>1.3 Presupuesto</p> <p>1.4 Aprovechamiento de recursos internos en la gestión de los eventos.</p> <p>1.5 Recursos externos para el abastecimiento y producción de los eventos.</p> <p>1.6 Relaciones Públicas para la difusión, convocatoria y cobertura periodística.</p> <p>1.7 Publicidad tradicional para la difusión masiva.</p> <p>1.8 Prevención de Riesgos.</p> <p>1.9 Estrategias de control y evaluación de resultados.</p> <p>2. Difusión y control de la ejecución</p> <p>2.1 Relaciones Públicas para la difusión, convocatoria y cobertura periodística.</p> <p>2.2 Publicidad tradicional para la difusión masiva.</p> <p>2.3 Prevención de Riesgos.</p> <p>2.4 Estrategias de control y evaluación de resultados.</p>

SUGERENCIAS METODOLOGICAS

Para el adecuado desarrollo de los contenidos y objetivos de esta asignatura es necesario que los estudiantes realicen actividades que permitan armonizar los contenidos teóricos con situaciones reales del mundo laboral. Para estos efectos se sugiere:

- Clases expositivas, apoyadas por medios audiovisuales, para sistematizar el tratamiento de los contenidos teóricos de la asignatura.
- Análisis y discusión grupal de casos en los que se analicen situaciones propias de la asignatura.
- Resolución de guías de ejercicios de elaboración de cronogramas y presupuestos de un evento corporativo
- Talleres de aplicación.
- Asistencia a eventos corporativos de distinta naturaleza con pauta de observación y elaboración de informe
- Análisis de Casos.
- Aplicación de los contenidos en la formulación de un evento

SUGERENCIAS DE EVALUACION

Durante el semestre se aplicarán, a lo menos, tres evaluaciones parciales para medir el logro de los objetivos de cada unidad temática. Al término de cada semestre se aplicará una prueba con carácter global para medir el grado de logro del objetivo de la asignatura.

Las evaluaciones parciales se ponderarán en un 60% de la nota final; la prueba global tendrá una ponderación del 40%.

El rendimiento mínimo en cada evaluación no podrá ser inferior al 60%

Para la adecuada medición del logro de los objetivos, se sugiere aplicar instrumentos tales como:

- Pruebas escritas de aplicación y análisis de conceptos.
- Trabajos de aplicación con exposición oral
- Evaluaciones acumulativas de talleres

BIBLIOGRAFIA

OBLIGATORIA

AUTOR	Cravioto Mogallon, Tonatiuh
TITULO	Organización de Congresos y Convenciones
EDITORIAL	Trillas
AÑO	1999

AUTOR	Herrero, P.
TITULO	Gestión y organización de congresos
EDITORIAL	Grijalbo
AÑO	2000

COMPLEMENTARIA

AUTOR	Deal, Terence ; Key, M.K.
TITULO	Celebraciones en las empresas
EDITORIAL	Granica
AÑO	1999