

PLANEACIÓN Y GESTIÓN DE EVENTOS
EMPRESARIALES Y SOCIALES

Aula Virtual
(64 horas)

Objetivo:

- Adquirir los conocimientos necesarios para el desarrollo de diseño, planeación y dirección exitosa, todo tipo de eventos. Además se les proporcionarán las herramientas administrativas básicas e indispensables, para el control de costos que van implícitas dentro de la organización de todo evento.

Dirigido a:

- Gerentes y coordinadores de empresas dedicadas al servicio de banquetes, ejecutivos de ventas de eventos sociales y empresariales.
Chefs y gerentes de restaurantes.

Reconocimiento:

- Al finalizar tu programa recibirás:
 - **Diploma Digital UVM con validez curricular y tecnología Blockchain con código QR y de verificación..**

¿Por qué UVM?

60 años de experiencia académica, más de 150 programas educativos y más de 180 programas de excelencia a nivel nacional.

Adquieres conocimientos y habilidades esenciales aplicables de manera inmediata a tu actividad profesional.

Los profesores que imparten las Certificaciones y Diplomados siguen un modelo de enseñanza con ejemplos reales, pues cada uno de ellos es experto y reconocido en su campo.

Flexibilidad educativa que te permite estudiar a tu ritmo, a cualquier hora y en cualquier lugar.

Los Diplomados y Certificaciones de UVM enriquecen tu CV y te posicionan como el mejor candidato.

Al estudiar el programa podrás:

Conocer e innovar las formas creativas para diseñar y ambientar todo tipo de eventos.



Conocer la manera de elegir los alimentos y bebidas adecuadas para el evento que se quiera organizar.



Adquirir los conocimientos básicos e indispensables en cuestión de los gastos y costos que implica planear, diseñar y organizar un evento.



Conocer los principios básicos de lo que es la calidad en el servicio que se necesita durante la gestión y planeación de un evento.



MÓDULOS

01 La organización y logística de todo evento.

1. Actividades y logística al planear un evento:

- a. Análisis de cada tipo de evento:
 - i. Sociales o Empresariales
 - Presenciales
 - Híbridos
 - Digitales
 - ii. Exposiciones y Conferencias
- b. Selección del destino y recinto

donde se va a llevar a cabo el evento

- i. Características, fortalezas y limitantes del destino y recinto
- ii. Reglamento y análisis de políticas

- de seguridad e higiene del recinto
- 2. Selección de plataformas digitales para la organización de diferentes tipos de eventos
- 3. Análisis y elaboración de presupuestos
 - a. Gestión de patrocinios para eventos
 - b. Manejo de marketing y relaciones públicas
- 4. Diseño Ambiental para eventos sociales y empresariales
 - a. Protocolo y Manual del Anfitrión
 - b. Análisis de asistentes y visitantes a eventos y recintos feriales

02 Administración y finanzas; Control de costos.

- 1. Administración y tecnología en un establecimiento de Alimentos y Bebidas: aplicación y ventajas competitivas
- 2. Análisis de costos, gastos y ventas; determinación de costos fijos y variables y su aplicación en la determinación de las utilidades del negocio.

- 3. Análisis y cálculo de recetas estándar y complementarias
- 4. Cálculo del rendimiento de producto vs costo – utilidad
- 5. Costeo de platillos y menús.

03 Calidad y calidez en el servicio.

1. Definición de Calidad y Calidez en el servicio

- a. ¿Qué son y para qué sirven las estrategias de experiencia al cliente?
- b. Historia de experiencia de Disney, de cómo empezó en el mundo de Customer Experience
- c. Intencionalidades en el servicio
- d. El servicio al cliente POST COVID
- e. Prácticas globales sobre el tema de la experiencia del cliente

- f. Generación de una conexión emocional y racional con tu cliente
- ### 2. Metodología de calidad en el servicio
- a. Quién es tu cliente
 - b. Estándares de calidad
 - c. Sistemas de entrega y experiencia recibida
 - d. Diseño de un customer journey map
 - e. Integración de experiencia al cliente.

04 Estrategia de mercadotecnia, redes y aplicaciones, 04 como ventaja competitiva.

1. Los principios del Marketing

- a. Concepto de Mercadotecnia de Servicios
- b. Importancia de la mercadotecnia en la Organización de Eventos

2. Segmentación de Mercados

- a. La importancia y análisis del consumidor – mercado meta – a quien va dirigida nuestra publicidad

- b. Variables demográficas, psicográficas y geográficas

3. Mezcla de mercadotecnia para empresas de servicios

- a. Del marketing tradicional al marketing 360
- b. Precio- Costo - Beneficio
- c. Mezcla de promoción – Comunicación masiva tradicional

4. Marketing en línea

- a. Estrategias para atraer al consumidor digital

- b. Análisis y uso de páginas web

- c. Email marketing

- d. SEO – SEM

- e. Google ADS y Analytics

- f. Uso de APSS

- g. La importancia de los influencers en la mercadotecnia

- h. La aplicación de la mercadotecnia a través de Redes Sociales y Social Media

5. Plan de Comunicación

- a. Enfoque Estratégico
- b. Generación de Experiencias
- c. Storytelling
- d. Valores tangibles e intangibles de marca

6. Seguimiento y Evaluación Final

- a. Cómo establecer objetivos
- b. Resultados en comparación con los objetivos
- c. Servicio Post Venta

Beneficios de la modalidad

Clases en vivo, actividades interactivas y casos prácticos. Puedes interactuar con profesores y otros alumnos para tener una experiencia más enriquecedora.

Networking. Tienes la oportunidad de construir una red de contactos profesionales con otras personas que tienen intereses similares o se desempeñan en el mismo ámbito.

Estudia a tu ritmo. Consulta todas las sesiones grabadas en el horario que más te convenga.

*Aplica lo que aprendas de forma inmediata.

Nota: Si no asistes a las sesiones en vivo con el profesor en las fechas y horarios establecidos, tendrás 30 días naturales para ver completa la grabación de la clase en Teams® y realizar la actividad asignada para que acredites el módulo.

SÉ PARTE DE LA UVM



@uvmmx



uvm



@uvmmx



uvm.mx