

-

-

| | |
|--|--|
| | |
| | |
| | |

-
-
-
-

MÓDULO FORMATIVO 2

Denominación: GESTIÓN DE EVENTOS

Código: MF1056_3

Nivel de cualificación profesional: 3

Asociado a la Unidad de Competencia:

UC1056_3 Gestionar eventos.

Duración: 150 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE EVENTOS

Código: UF0075

Duración: 90 horas

-

-

-

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con las RP2 y RP3, RP4, RP5, RP6 Y RP7

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar el turismo de reuniones e identificar sus demandas específicas dentro del sector turístico.

CE1.1 Justificar la evolución y el auge de este segmento del mercado turístico, explicando su situación dentro del mercado nacional e internacional.

CE1.2 Identificar los principales destinos nacionales e internacionales que se han posicionado en este segmento, explicando los factores que lo han hecho posible.

CE1.3 Reconocer los diferentes tipos de eventos más habituales en la actualidad.

CE1.4 Identificar las entidades gestoras y promotoras de eventos, como organizadores profesionales de congresos u OPC, agencias de viajes, departamentos especializados de hoteles y centros de reuniones, instituciones feriales y oficinas de congresos, entre otros, y describir las funciones que realizan en sus respectivos ámbitos de actuación.

CE1.5 Reconocer los diferentes servicios e instalaciones requeridas por los eventos, sus peculiaridades y sus relaciones con los organizadores de eventos:

- Los espacios: palacios y centros de congresos, recintos feriales, hoteles y recintos singulares así como sus accesos, instalaciones, medios tecnológicos y configuración de los espacios.
- Tipología y servicios de los establecimientos de alojamiento.
- Servicios de restauración: tipología y formas de servicio.
- Servicios y métodos de reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones.
- Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción, tales como interpretación de conferencias, traducción de cintas y locuciones o traducción escrita.
- Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos.
- Servicios y sistemas de montajes de stands y exposiciones.
- Secretaría técnica y secretaría científica.
- Servicios de animación cultural y producción de espectáculos.
- Transportes de acceso a la sede y transportes internos colectivos.
- Servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales.
- Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos.
- Otros servicios: seguros, asistencia turística, guías, seguridad, decoración, señalética, gabinete de prensa y comunicación, entre otros.

C2: Planificar y presupuestar un evento y definir su programa, identificando las actividades y tareas que se derivan para la entidad gestora.

CE2.1 Identificar y analizar las principales fases en el proyecto de un evento, distinguiendo la planificación, organización, desarrollo y evaluación final del mismo.

CE2.2 Describir los diferentes tipos de actividades propias de los eventos, como sesiones de trabajo, actos institucionales, sociales y culturales, exposiciones comerciales, banquetes o actividades lúdicas.

CE2.3 Identificar y utilizar las fuentes de información sobre destinos, servicios y sus precios, prestatarios e intermediarios que se utilizan para la organización de eventos.

CE2.4 Describir la elaboración de los presupuestos del evento en sus diferentes tipos, tanto para los promotores como para la entidad gestora, estableciendo costes, márgenes y precios, redactando la correspondiente oferta y previendo opciones de variación.

CE2.5 En supuestos de encargo de eventos:

- Elaborar el programa de un evento en función de las especificaciones aportadas y de la tipología de las personas y entidades que intervienen o participan, como compradores, vendedores, expositores, delegados, ponentes, comité organizador y autoridades.
- Definir las gestiones y tareas que debe asumir la entidad gestora.
- Elaborar un calendario y cronograma general del proyecto.
- Evaluar y seleccionar proveedores, definiendo los criterios de selección, efectuando planteamientos de negociación y redactando acuerdos y contratos.
- Elaborar el presupuesto del evento.
- Proponer vías y fuentes de financiación del evento.
- Utilizar programas informáticos específicos para la gestión de eventos.

C3: Aplicar técnicas para el proceso de organización de un evento determinado, analizando la lógica de dicho proceso.

CE3.1 Identificar y describir las actividades que se producen en las diferentes fases de un proyecto de gestión de evento estableciendo sus interrelaciones, determinando su secuencialidad, elaborando el calendario y cronograma, y determinando las acciones de seguimiento del mismo.

CE3.2 Identificar la estructura organizativa del evento y del equipo técnico de gestión de proyecto, indicando funciones y responsabilidades e interrelación con el resto de los equipos que componen la estructura organizativa, determinando los perfiles de los puestos de trabajo correspondientes, y definiendo las técnicas en la gestión de recursos humanos que logren el mejor desempeño.

CE3.3 Definir acciones dirigidas a la captación de participantes, difusión y promoción del evento, así como la captación de patrocinadores y colaboradores, y plantear las vías más adecuadas en función de su eficacia y coste.

CE3.4 Detallar el procedimiento de formalización y control de inscripciones de un evento y realizar, en supuestos prácticos, las acciones propias del mismo, utilizando soportes manuales o informáticos.

CE3.5 Diseñar procedimientos y documentos para los servicios que demandan los promotores y proveedores de servicios.

CE3.6 Diseñar procedimientos y documentos para los procesos administrativos y contables propios de las actividades de los eventos.

CE3.7 En supuestos prácticos, de organización de eventos, determinar la distribución de los espacios requeridos por el evento, teniendo en cuenta aspectos funcionales, comerciales y de seguridad.

CE3.8 Identificar situaciones adversas y circunstancias emergentes que afecten al desarrollo de un evento y plantear acciones preventivas o correctoras de las mismas.

C4: Describir el proceso de evaluación final de un evento, describiendo las actividades de dirección y control inherentes.

CE4.1 Identificar las acciones que deben realizarse para el control del evento, adecuación de los servicios, suministros y espacios a los requerimientos establecidos, y elaborar hojas de comprobación y otras herramientas de evaluación.

CE4.2 Confeccionar cuestionarios de evaluación de la satisfacción de los participantes y promotores, o instrumentos equivalentes, e interpretar los resultados.

CE4.3 Definir el contenido, elementos y formato de un informe final de evento e interpretar, en supuestos prácticos, los balances económicos del promotor y de la entidad gestora.

CE4.4 Aportar propuestas de solución para resolver o mejorar problemas planteados.

CE4.5 Describir y aplicar los procedimientos de atención y resolución de quejas y reclamaciones, identificando la normativa vigente, y cumplimentar registros de indicadores y hojas de toma de datos.

CE4.6 Interpretar y analizar procedimientos e instrucciones de trabajo describiendo su aplicación en supuestos prácticos de evaluación de eventos.

Contenidos

1. El turismo de reuniones y su demanda de servicios especializados

- El turismo de reuniones: concepto y evolución histórica; situación y tendencias; el turismo de reuniones como producto especializado del turismo urbano.
- Las características diferenciadas y específicas de este tipo de demanda.
- Mecanismos de decisión. Impactos en los destinos y en sus restantes productos turísticos.
- Incorporación a la cadena turística de servicios considerados tradicionalmente como servicios a las empresas o no turísticos.
- Agentes turísticos específicos: organizadores profesionales de eventos, agencias de viajes especializadas y otros. Evolución.

2. Principales destinos turísticos nacionales e internacionales de turismo de reuniones

- Factores que determinan la especialización de un destino para turismo de reuniones: imagen de marca, infraestructuras especializadas, capacidad de alojamiento, servicios especializados y oferta complementaria.
- Características y análisis comparativo de los principales destinos de turismo de reuniones a nivel nacional e internacional.

3. Los eventos, su tipología y su mercado

- Tipología de reuniones y eventos: congresos, convenciones, viajes de incentivo, exposiciones y ferias, eventos deportivos y otros.
- El concepto de evento.
- El mercado de eventos. Los promotores de eventos. Las entidades colaboradoras y los patrocinadores. Participantes y acompañantes.
- La gestión de eventos como función emisora y como función receptora.
- Fases del proyecto de un evento:
 - Planificación
 - Organización
 - Desarrollo
 - Evaluación final del evento.

4. El evento como proyecto: planificación, presupuestación y organización

- Fuentes y medios de acceso a la información.
- Criterios de selección de servicios, prestatarios e intermediarios.
- Negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Aspectos re-negociables.
- Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones.
- Programación del evento: tipología de actos en función de tipología de eventos: sesiones, presentaciones, descansos, comidas, ceremonias, espectáculos y exposiciones.
- Programación de la logística y de los recursos humanos.
- Programación de ofertas pre y post evento en función de la tipología de los participantes, tales como ponentes, delegados, acompañantes, comités organizadores y científicos.
- Gestión de espacios comerciales y de patrocinios.
- Presidencias honoríficas y participación de personalidades.

- Confección de cronogramas.
- Previsión de situaciones emergentes; planes de contingencia; planes de seguridad.
- Presupuestación del evento:
 - Presupuestos cerrados y presupuestos abiertos y sus características.
 - Aspectos financieros
 - Presupuestos y control presupuestario.
 - Análisis de costes.
 - Margen de beneficio.
 - Elaboración de escandallos.

5. Servicios requeridos en la organización de eventos

- Servicios de alojamiento y restauración: Establecimientos. Tipos y características. Formas de servicios. Tarifas.
- Servicios y métodos de reproducción y proyección de imagen y sonido y de telecomunicaciones.
- Servicios, modalidades y tecnologías para la traducción, como interpretación de conferencias, traducción de cintas y locuciones o traducción escrita.
- Métodos y tecnologías de gestión y control de los accesos.
- Servicios y sistemas de montaje de stands y exposiciones.
- Secretaría técnica y secretaría científica.
- Servicios de animación cultural y producción de espectáculos.
- Transportes de acceso a la sede del evento y transportes internos colectivos:
 - El transporte aéreo regular. Principales compañías aéreas. Tipos de viajes aéreos. Tarifas. Procedimientos. Documentación. Operaciones charter y brokers aéreos.
 - El transporte en autocar. Autos de alquiler y traslados en automóvil.
 - Otros medios de transporte.
- Servicios de diseño, edición e impresión de materiales gráficos, audiovisuales y digitales.
- Empresas, servicios y funciones de las azafatas de congresos.
- Otros servicios requeridos en los eventos:
 - Los seguros de viaje y los contratos de asistencia en viaje. Tipos y coberturas. Formalización de pólizas y contratos.
 - Gestión de visados y otra documentación requerida para los viajes.
 - Los servicios de acompañamiento, asistencia y guía turística. Tipos. Características y medios técnicos. Funciones. Normativa reguladora. Tarifas.
 - Los servicios de seguridad: tipos, procedimientos y medios.
 - Servicios de decoración y señalética.
 - Gabinete de prensa y comunicación.
 - Servicios de hospedaje y diseño de páginas web. Dirección a páginas web. Correo electrónico. Boletines electrónicos.

6. Aplicaciones informáticas específicas para la gestión de eventos

- Tipos y comparación.
- Programas a medida y oferta estándar del mercado.
- Aplicación de programas integrales para la gestión de las secretarías técnica y científica, pagos y reservas on-line.

7. El evento como proyecto: organización

- La organización del evento: Definición de funciones y tareas.
- Comités y secretarías: funciones y coordinación.
- Gestión de colaboraciones y patrocinios.
- Soportes y medios para ofrecer información del evento.
- Difusión del evento y captación de participantes.

- Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos.
- Funciones y responsabilidades.
- Procedimientos e instrucciones de trabajo.

8. El evento como proyecto: dirección y control

- Control de inscripciones.
- Control de cobros.
- Confirmaciones de inscripción, asignación de espacios en exposiciones y otras comunicaciones a inscritos.
- Protección de datos personales.
- Documentación del evento.
- Procesos administrativos y contables.
- Seguimiento del proyecto. Actuaciones ante desviaciones.
- Coordinación.
- Evaluación de servicios y suministros.
- Formalización de contratos. Documentación.
- Supervisión y control del desarrollo del evento.
- Coordinación y recursos de comunicación, puntualidad en los actos, protocolo, seguridad, servicio técnico, reclamaciones, quejas, conflictos y otras situaciones emergentes.
- Documentos de control del evento
 - Herramientas de evaluación
 - Hojas de control
 - Registros de indicadores
 - Hojas de tomas de datos
- El informe final del evento
- Balances económicos

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: COMERCIALIZACION DE EVENTOS

Código: UF0076

Duración: 30 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP1

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Definir y posicionar ofertas de eventos que contemplen distintos segmentos de mercado y sus necesidades específicas, teniendo en cuenta ventajas competitivas e identificando las vías de comercialización más adecuadas.

CE1.1 Analizar la oferta y demanda de turismo de reuniones o eventos en un mercado o segmento concreto, identificando y caracterizando su público objetivo y las oportunidades de posicionar una oferta.

CE1.2 Utilizar las fuentes de información sobre convocatorias de eventos y determinar los colectivos a los que se dirigen, identificando a sus promotores y los diferentes mecanismos que éstos emplean en la toma de decisión sobre destinos y sedes.

CE1.3 Identificar la información que debe obtenerse de los promotores sobre las especificaciones básicas del evento y las responsabilidades, gestiones y tareas que debe asumir la entidad gestora del mismo.

CE1.4 Elaborar propuestas específicas de organización de reuniones y eventos, ya sean genéricas o bajo supuestos de petición de clientes, describiendo sus

características y el proceso de elaboración.

CE1.5 Identificar y aplicar técnicas de negociación con proveedores y clientes.

CE1.6 Redactar contratos de encargo de gestión de eventos y analizar sus características.

CE1.7 Definir estrategias de comercialización para diferentes ofertas genéricas de eventos, identificando y caracterizando los canales de distribución.

CE1.8 Diseñar acciones y soportes promocionales e instrumentos de captación adaptados a los diferentes tipos de eventos, adecuándolos a diferentes tipos de público objetivo

Contenidos

1. Comercialización de la oferta de gestión de eventos

- La oferta de los destinos especializados.
- Vías y fórmulas de comercialización.
- La oferta de los organizadores de eventos. Marca corporativa e imagen
- Público objetivo.
- Canales de distribución. Soportes. Estrategias de distribución.
- Técnicas y estrategias de fidelización.
- Acciones y soportes promocionales.
- La oferta específica: características y presentación.
- Fuentes de información sobre eventos.

2. Comunicación, atención al cliente y técnicas de venta y negociación en la gestión de eventos

- La comunicación interpersonal. Procesos. Barreras. Saber escuchar y preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica.
- Necesidades humanas y motivación. El proceso decisorio. Las expectativas de los clientes.
- Tipología de clientes.
- La atención al cliente. Actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales.
- Los procesos de ventas. Fases de la venta y técnicas aplicables. La venta telefónica.
- La negociación. Elementos básicos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas.
- Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas. Procedimientos. Normativa.
- Normas deontológicas, de conducta y de imagen personal.

UNIDAD FORMATIVA 3

Denominación: GESTIÓN DE PROTOCOLO

Código: UF0043

Duración: 30 horas

Referente de competencia: Esta unidad formativa se corresponde con la RP3, en lo referido a los aspectos protocolarios

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar las normas de protocolo utilizadas en diferentes tipos de eventos.

- CE1.1 Explicar el concepto de protocolo, su origen y tipología.
- CE1.2 Enumerar las aplicaciones más habituales de las normas de protocolo, tales como la forma de vestir, etiqueta, normas de cortesía y otras, en función del tipo de evento que se vaya a desarrollar.
- CE1.3 Diferenciar y caracterizar los diferentes tipos de eventos que pueden celebrarse, y que pueden requerir la gestión de protocolo, tales como congresos, convenciones, reuniones, foros y otros.
- CE1.4 En situaciones prácticas de eventos, elegir y aplicar el protocolo que se debe seguir.
- CE1.5 En situaciones prácticas de aplicación de protocolo en la atención a clientes:
- Adoptar una actitud acorde con la situación planteada.
 - Utilizar diferentes formas de saludo.
 - Elegir el vestido en función del contexto dado.
 - Aplicar el estilo de comunicación en función del supuesto dado.
 - Emplear normas de cortesía, tanto presenciales como a distancia.

Contenidos

1. Eventos y protocolo

- El concepto de protocolo
 - Origen
 - Clases
 - Utilidad
 - Usos sociales
- Clases de protocolo
 - El protocolo institucional tradicional
 - El protocolo empresarial
 - Protocolo internacional
- Descripción de las razones y aplicaciones más habituales del protocolo en diferentes eventos.
- Aplicación de las técnicas de protocolo más habituales
 - Precedencias y tratamientos de autoridades
 - Colocación de participantes en presidencias y actos.
 - Ordenación de banderas.
- Aplicación de las técnicas más habituales de presentación personal.
- El protocolo aplicado a la restauración.
 - Selección de comedor
 - Selección de mesas: únicas o múltiples
 - Elementos de la mesa
 - Servicio personal del plato
 - Decoración y presentación de la mesa
 - La estética de la mesa
 - Colocación protocolaria de presidencias y restantes comensales
 - Conducción de comensales hasta la mesa
 - Normas protocolarias en el momento del discurso y el brindis.
 - Normas protocolarias en el vino de honor, cóctel o recepción, buffet, desayuno de trabajo y coffee-break.

Orientaciones metodológicas

Formación a distancia:

| Unidades formativas | Número máximo de horas a impartir a distancia |
|---------------------|---|
| Unidad formativa 1 | 80 |
| Unidad formativa 2 | 20 |
| Unidad formativa 3 | 20 |

Secuencia:

Las unidades formativas de este módulo se pueden programar de manera independiente.

Criterios de acceso para los alumnos

Se debe demostrar o acreditar un nivel de competencia en los ámbitos señalados a continuación que asegure la formación mínima necesaria para cursar el módulo con aprovechamiento:

- Comunicación en lengua castellana.
- Competencia matemática.
- Competencia digital.
- Competencias sociales en geografía.