

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** con **validez curricular** y **tecnología Blockchain** con código QR y de verificación.

¿Por qué UVM?

Tenemos **más de 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** que puedes **aplicar de inmediato** en tu **actividad profesional**.

Los **profesores** que imparten las **Certificaciones y Diplomados** son **expertos reconocidos** en sus campos.

Tienes **flexibilidad educativa** que te permite **estudiar a tu ritmo**, a **cualquier hora** y en **cualquier lugar**.

Los **Diplomados y Certificaciones 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, 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. *E-mail marketing*
 - d. SEO – SEM
 - e. Google ADS y Analytics
 - f. Uso de *apps*
 - 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.

Asesoría y acompañamiento. Cuentas con un facilitador por módulo para guiarte durante tu curso.

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