



ESTRUCTURA Y LOGISTICA EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
TOTAL HORAS: 160 HORAS (96 PRESENCIALES – 64 INVESTIGACIÓN)
TOTAL CICLO: 16 SÁBADOS

INTRODUCCIÓN

La actualidad publicitaria está cambiando constantemente, incursionando en nuevos sistemas de persuasión que buscan, no sólo vender un producto, sino también interactuar con el consumidor (conocerlo, interpretarlo y complacerlo).

El Diplomado en ESTRUCTURA Y LOGISTICA EN ORGANIZACION DE EVENTOS está diseñado para introducir al estudiante con conceptos sólidos al mundo publicitario, y la promoción, introducción y lanzamientos de productos, marcas y personas (marketing de personas) capacitándolo de la mejor manera con personal que trabaja actualmente en dicho medio y que se enfrenta a los constantes desafíos de comunicación, para que asuma la vida laboral con las bases suficientes que le permitan aplicar su capacidad creativa al beneficio del mundo cambiante.

De igual manera, el estudiante tendrá una formación que ayude a la construcción de propuestas necesarias para ser integral ante el mercado, es decir que alcance su nivel frente a la negociación y la capacidad de crear ideas innovadoras que mejoren las condiciones de sus clientes (empresas y personas).

El estudiante obtendrá conocimientos y experiencias que faciliten su condición profesional como organizador de eventos.

OBJETIVO

- *Proporcionar las herramientas necesarias para conceptualizar y desarrollar ideas.
- *Encaminar el potencial creativo para que el estudiante desarrolle una carpeta de trabajos con criterio.
- *Orientarlo dentro del manejo de una logística y una coherencia en el presupuesto.
- *Proporcionar los conocimientos que le faciliten la estructuración de paquetes comerciales.



CONTENIDO

MÓDULO 1: 20 Horas

Número de sesiones: 2

CONCEPTUALIZACIÓN

1. Estructura del equipo de trabajo
2. Estructura de los combos o kit comerciales
3. Espacio a elegir
4. Tipología de participantes.
5. TALLER

MÓDULO 2: 50 HORAS

Número de sesiones: 4

LOGISTICA DE MANEJO Y PROVISION DE RECURSOS

1. Asignación de responsabilidad por equipo de trabajo.
 - 1.1. División por departamentos (Administrativo, financiero, comercial, logístico y de comunicaciones)
2. Presupuesto
 - 2.1. Publicidad
 - 2.2. Logístico Personal a contratar, gastos administrativos, etc)
3. Evaluación del recurso financiero sobre el impacto. (Actividad Pre y Post evento)
4. Planeación y cronograma de actividades
5. Seguimiento e indicadores de gestión.
 - 5.1. Auditoria del recurso financiero
 - 5.2. Selección, control y manejo de personal
 - 5.3. Evaluación de insumos
 - 5.4. Requerimientos para la actividad.
 - 5.5. Control de responsabilidades.
6. TALLER PRACTICO

MÓDULO 3: 30 HORAS

Número de sesiones: 4



1. Logística y organización
 - a. Logística y organización para Congresos, seminarios y simposios.
 - b. Logística y organización para lanzamientos de productos y marcas
 - c. Logística y organización para ferias, show business, desfiles.

MODULO 3: 60 HORAS

Número de sesiones: 6

FUNDAMENTACION PROGRAMA AUTOCAD Y 3D

1. Tipología de la instalación vs evento
2. Espacios y requerimientos de participantes y conferencistas.
3. Tipos de estructuras
4. Planimetría y distribución de espacios.
5. Innovación y propuestas.
6. TALLER

METODOLOGÍA

- Trabajo en equipo
- Dinámica de taller organizados en duplas o tripletas similar a como trabaja una agencia de publicidad.
- Análisis de casos particulares y solución a casos prácticos reales.
- Ejercicios en clase.
- Talleres para desarrollar en casa.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

ITEM DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE EQUIVALENTE
- Participación en clase	10%



- Asistencia	30%
- Desarrollo de talleres	30%
- Desarrollo de piezas a partir de un brief	30%

DIRIGIDO A

Estudiantes de carreras afines a la publicidad, interesados en aplicar su perfil creativo a la organización de eventos y estrategias comerciales, diseñadores gráficos, diseñadores multimediales, personal de mercadeo, agencias y talleres, comunicadores y toda persona que se relacione en el campo de la comunicación y la creatividad, que le permita crear marcas o institucionalizar eventos en empresas o comunidades.

PERFIL DEL ESTUDIANTE

Personas y/o estudiantes con perfil creativo, que quieran enfocar su carrera en las áreas de conceptualización, producción de piezas para campañas publicitarias o deseen ampliar sus conocimientos para mejorar competencias laborales en el campo de de los eventos.

COMPETENCIAS

LABORALES	PROFESIONALES/ACADEMICAS
<p>Conceptualización para toda clase de piezas y campañas publicitarias.</p> <p>Logística en agencias de publicidad, agencias de marketing directo, promocional o relacional, empresas multimedia y de producción audiovisual, estudios de diseño gráfico y trabajo independiente.</p> <p>Desarrollo de la capacidad negociadora y</p>	<p>Compromiso con la investigación y la educación continuada.</p> <p>Criterio profesional para desempeñarse según las exigencias del medio publicitario actual.</p> <p>Conocimiento de las herramientas necesarias para elaborar un trabajo publicitario de nivel competitivo.</p>



<p>estructura en la creación de productos o paquetes comerciales para comercializar el evento.</p>	
--	--