

DIPLOMADO | SEMIPRESENCIAL

PLANIFICACIÓN INTEGRAL DE EVENTOS CON ÉNFASIS EN WEDDING PLANNING Y MARKETING DIGITAL PARA EVENTOS

CONTENIDO TEMÁTICO

Módulo 1. INTRODUCCIÓN

- Introducción.
- Filosofía de la moral de la actitud.
- Definiciones.
- Ventajas de las relaciones personales. Relaciones Públicas.
- El papel de las relaciones públicas.
- Principio jurídico de la igualdad de los Estados y el Ceremonial.

Módulo 2. LOGÍSTICA DE EVENTOS

- Ley de la derecha.
- Significado símbolos patrios.
- Saludos obligatorios.
- Etiqueta social.
- Entidades nacionales que dirigen el protocolo y ceremonial oficiales.
- Precedencias Colombianas - Decreto.

Módulo 3. CEREMONIAL ESCRITO

Elementos a tener en cuenta para elaboración de:

- Tarjetas de presentación.
- Tarjetas de invitación.
- Tarjetas de mesa.
- Tarjetas de ubicación.
- Planos de mesa.
- Menús.

Módulo 4. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE EVENTOS

- Razones y modos para agasajar.
- De la eficacia de la comida.
- Subreglas.
- Recepciones y cocteles.
- Aspectos para tener en cuenta en la logística de eventos.

Módulo 5. TIPOS DE EVENTOS ESPECIALIZADOS

Clasificación:

- Eventos masivos.
- Eventos corporativos.
- Eventos oficiales.
- Eventos sociales.
- A través de medios digitales.

Módulo 6. CUALIDADES PLANIFICADOR DE EVENTOS

Características y actitudes en el manejo y planificación integral de eventos.

Módulo 7. PRINCIPIOS, FORMALIZACIÓN, PROCESOS LEGALES Y FINANCIEROS Y EVALUACIÓN DE LOS EVENTOS

- Presentación, percepciones y expectativas de negocio y rentabilidad.
- Formalización personas naturales y jurídicas.
- Entrega de tarea de investigación a los alumnos.
- El "proceso madre" en la organización de eventos empresariales y sociales.
- Estrategias de acercamiento a clientes objetivo.
- Formatos de "briefing".
- Presentación de formato presupuesto para eventos.
- Rentabilidad del negocio de los eventos.
- Flujos de Caja por centros de costo.
- Presupuestación de eventos sostenibles.
- Conformación de equipos de trabajo.
- Aspectos Legales básicos.
- Medición cualitativa y cuantitativa de los eventos.
- Presentación de tarea de investigación.

Módulo 8. FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS Y ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO

1. Elección de proveedores y creación de una red confiable.
 - a. Criterios para seleccionar.
 - b. Proveedores de calidad.
 - c. Consejos para mantener relaciones comerciales.
2. Formalización de empresa y códigos CIUU.
 - a. Procedimiento para formalizar un negocio de eventos.
 - b. Introducción a los códigos CIUU y su importancia.
3. Definición del cliente ideal y estrategias de emprendimiento.
 - a. Análisis de mercado y segmentación de clientes.
 - b. Desarrollo de estrategias de posicionamiento.
 - c. Consejos para construir una marca exitosa en la industria de eventos.

Módulo 9. NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN EN LOS EVENTOS

1. Técnicas de negociación.
 - a. Principios de negociación efectiva con proveedores.
 - b. Comunicador y resolución de conflictos.
2. Contratos.
 - a. Revisión y redacción de contratos básicos en la industria.
 - b. Aspectos legales y cláusulas comunes.
 - c. Protección de los intereses del cliente y del organizador.

Módulo 10. BODAS: LOGÍSTICA Y PLANEACIÓN A LARGO PLAZO

1. Logística de bodas.

Elementos clave en la logística de eventos nupciales.

 - b. Coordinación de tiempos y reprogramas.
2. Planeación de boda a 12 y 6 meses.
 - a. Creación de cronogramas a 1 año y 6 meses.
 - b. Tareas críticas en las primeras fases de planeación.
 - c. Manejo de la comunicación con la pareja desde el inicio.

Módulo 11. BODAS: PLANEACIÓN EN FASES AVANZADAS Y DÍA DEL EVENTO

1. Planeación de boda a 3 y 1 mes.
 - a. Activaciones clave en la fase previa a la boda.
 - b. Verificación y confirmación de proveedores.
2. Estrategia de "minuto a minuto".
 - a. Diseño detallado de itinerarios.
 - b. Manejo de imprevistos y flexibilidad en la ejecución.
 - c. Coordinación en el día del evento y roles de cada miembro del equipo.

Módulo 12. BODAS: PRESUPUESTO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL EVENTO

1. Presupuesto y costos.
 - a. Cómo crear y gestionar presupuestos.
 - b. Asesoría sobre el presupuesto para los novios.
 - c. Control de gastos y herramientas de seguimiento.
2. Conceptualización del evento.
 - a. Desarrollo de una visión estética.
 - b. Creación de mood boards y lineamientos visuales.
 - c. Alineación de la estética con las expectativas del cliente.

Módulo 13. COMUNICACIÓN, PRENSA Y LENGUAJE DE LOS EVENTOS

- Concepto de Comunicación y la importancia de comunicar en un evento.
- Tipos de comunicación, verbal, no verbal, asertiva, emocional.
- La comunicación escrita: tips de manejo pertinente de la redacción.
- La comunicación oral: tips para las presentaciones claras y persuasivas.
- Las necesidades comunicativas en los contextos profesionales, para lograr los objetivos laborales.
- Las herramientas de comunicación oral y escrita aplicadas a la planificación de eventos, cómo enfrentar situaciones en los diferentes tipos y clases de eventos.
- Creación de contenidos para prensa y la presentación del evento. (Boletines, libretto y guion técnico).
- La escritura en medios: free press Vs. Infocomerciales.
- El buen uso del lenguaje verbal y no verbal en la planificación de los eventos.
- Habilidades comunicativas que debe tener un buen organizador de eventos.
- Herramientas Uso de herramientas digitales (chat, formularios digitales, QR), registro de asistentes, gestión de invitaciones, promoción en línea, experiencia del usuario durante el evento, uso de inteligencia artificial.

Módulo 14. PRENSA, COMUNICACIÓN Y LENGUAJE DE LOS EVENTOS

- Conceptos de Publicidad, Promoción y Relaciones Públicas. Diferencias y usos.
- La relevancia de la comunicación en la publicidad en los eventos, clasificación de los eventos y modalidades de comunicación de cada uno de ellos.
- Desarrollo de la imagen del evento.
- Percepción de imágenes - mensaje.
- Ejemplos de estudios de caso sobre publicidad en los eventos.

Módulo 15. MARKETING DIGITAL PARA EVENTOS

Conceptos Clave:

- ¿Qué es el marketing en redes sociales y cómo impulsa la promoción de eventos?
- Introducción a las plataformas principales: Instagram, Facebook, WhatsApp, Pinterest y TikTok.
- Diferencias clave en el uso de cada plataforma: inspiración (Pinterest), contenido visual (Instagram/TikTok), comunicación directa (WhatsApp).

Audiencias:

- Identificación del cliente ideal: novios, empresas y públicos específicos según el tipo de evento.
- Conceptos básicos de segmentación para redes sociales.

Creación de Contenido Visual:

- Producción de imágenes y videos para redes sociales: enfoques para Instagram, TikTok y Pinterest.
- Tendencias actuales en formatos (reels, tableros temáticos, historias).
- Herramientas prácticas: Canva y CapCut.
- Storytelling en Redes Sociales:
 - Cómo construir historias relevantes y emocionales para eventos.
 - Casos de éxito: ejemplos de storytelling en bodas y eventos corporativos.

Publicidad Básica en Redes Sociales y GDN:

1. **Publicidad en Redes Sociales.**
 - Campañas promocionales en Meta Ads (Facebook/Instagram) y TikTok Ads.
 - Configuración básica: objetivos publicitarios y segmentación.
 - Introducción a Pinterest Ads: usos y beneficios en la planeación de eventos.
2. **Publicidad en Google Display Network (GDN).**
 - Qué es y cómo funciona GDN para captar clientes.
 - Uso de banners publicitarios y segmentación por intereses.
 - Ejemplo de configuración básica para promocionar servicios de eventos.

Estrategias de Influencia y Manejo de Crisis de Influenciadores:

1. **Marketing de Influenciadores.**
 - Selección y colaboración con microinfluencers: TikTok para viralidad, Instagram para engagement, Pinterest para posicionamiento visual.
 - Aspectos clave de negociación y contratos simples.
2. **Gestión de Crisis.**
 - Respuesta estratégica a comentarios negativos o situaciones críticas en redes.
 - Ejemplos de crisis en eventos y su resolución.
3. **Cierre Conceptual.**
 - Resumen de los conceptos clave vistos en las cuatro sesiones y aplicaciones prácticas inmediatas.

Módulo 16. CUALIDADES PLANIFICADOR DE EVENTOS

Casos de estudio de últimas tendencias en la realización de grandes eventos en Colombia y en el mundo.

Módulo 17. SESIÓN DE PRÁCTICA

Se efectuará una clase donde se practicará un modelo de organización de eventos. Incluye elaboración de tarjetas de invitación, planos de mesa, menús y otros, donde los estudiantes aplicarán todas las técnicas y conocimientos aprendidos de la organización integral de eventos, Teniendo en cuenta, si es del caso, fundamentos aplicables del material académico recibido de todos los docentes.