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. 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 5. FORMALIZACIÓN DE NEGOCIOS Y ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO

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

Módulo 6. NEGOCIACIÓN Y CONTRATACIÓN EN LOS EVENTOS

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

Módulo 7. BODAS: LOGÍSTICA Y PLANEACIÓN A LARGO PLAZO

- Inducción al acto social de bodas, tradiciones.
- Logística de bodas. Elementos clave en la logística de eventos nupciales.
 - Coordinación de tiempos y reprogramas.
- Planeación de boda a 12 y 6 meses.
 - Creación de cronogramas a 1 año y 6 meses.
 - Tareas críticas en las primeras fases de planeación.
 - Manejo de la comunicación con la pareja desde el inicio.

Módulo 8. BODAS: PLANEACIÓN EN FASES AVANZADAS Y DÍA DEL EVENTO

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

Módulo 9. BODAS: PRESUPUESTO Y CONCEPTUALIZACIÓN DEL EVENTO

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

Módulo 10. 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: tipos 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, libreto 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.
- 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 11. 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:

- 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.
- 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 Marketing:

- 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.
- Gestión de Crisis.
 - Respuesta estratégica a comentarios negativos o situaciones críticas en redes.
 - Ejemplos de crisis en eventos y su resolución.
- Cierre Conceptual.
 - Resumen de los conceptos clave vistos en las cuatro sesiones y aplicaciones prácticas inmediatas.

Módulo 12. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE EVENTOS

- Cronograma, planificación y supervisión 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 13. CLASE DE EVENTOS ESPECIALIZADOS

- Clasificación:**
- Eventos masivos.
 - Eventos corporativos.
 - Eventos sociales empresariales.
 - A través de medios digitales.

Módulo 14. ÚLTIMAS TENDENCIAS EN GRANDES EVENTOS

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

Módulo 15. CUALIDADES PLANIFICADOR DE EVENTOS

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

Módulo 16. 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, Teniendo en cuenta, si es del caso, los académicos recibidos de todos los docentes."