

# DIPLOMATURA UNIVERSITARIA EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Modalidad a distancia

Creación 2019

## 1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

**Designación:** Diplomatura en Organización de Eventos

**Modalidad:** a Distancia

**Nivel académico:** Curso de extensión

**Duración del plan de estudios:** 12 meses

**Tipo de plan de estudios:** Estructurado.

**Coordinador:** Lic. Juan Manuel Lamberti

## 2. FUNDAMENTACIÓN DEL CURSO

El comienzo del significado de los eventos, se remonta a Tyre, una ciudad fenicia del Mediterráneo (según los documentos bíblicos de Ezequiel) pero fue en Delfos, una ciudad de la antigua Grecia, que se comenzaron a celebrar las primeras ferias. Éstas contaban con una frecuencia anual y surgieron de un modo espontáneo generado por la necesidad de unir “la oferta” con “la demanda”, además de la necesidad de conectarse entre individuos de una región.

El vocablo feria que proviene del latín feriae (que significa vacaciones, porque precisamente visitar una feria era tan agradable como irse de vacaciones), el objetivo de su celebración (era... y ¡es!) la venta de bienes y servicios. Otro término es exposición, también del latín expositio (que significa exponer), el cual había sido usado en 1649 con el significado de mostrar, pero fue en 1773 cuando el diccionario de la Academia Inglesa se decidió por exhibición (pues precisamente se trataba de exhibir productos y/o servicios) y lo diferenció del término feria, pues en ésta no sólo se exhiben productos y/o servicios, también se venden (división que subsiste hoy día y marca la verdadera diferencia entre una feria de una exposición).

Fueron entonces las ferias y exposiciones los primeros eventos que registró el mundo, pero recién en el 1939 fue Waters (autor del libro Historia de las Ferias y Exposiciones) quien dio su definición estableciendo que, “las ferias y exposiciones son las formas más perfectas de transacción comercial que jamás hayan existido”.

La Diplomatura, es la primera en dictarse en una Universidad Pública y tiene como objetivo principal, formar a los estudiantes en profesionales de Organización de Eventos, con un perfil creativo e innovador en la planificación, armado y coordinación de eventos ya sea en el segmento social o empresarial.

Los eventos son una potente herramienta de comunicación que sirven para que marcas, empresas, familias o personas se expresen, y muchas veces son considerados unidades de negocios ya que generan un ingreso por sí mismos.

El egresado tiene una amplia variedad de inserción laboral, quien podrá estar al frente de una organización privada, estatal u ONG, contando con todas las herramientas, estrategias, técnicas y tácticas para poder desarrollar cualquier tipo de eventos y espectáculos.

Entre la gran variedad de eventos que existen se destacan los festivales, las ferias y exposiciones, muestras de arte, conferencias, seminarios, capacitaciones, lanzamiento de productos, actos protocolares, casamientos y eventos deportivos, entre otros.

#### **Fundamentación de la modalidad a distancia:**

La modalidad a distancia de la Diplomatura aporta múltiples beneficios:

- Llega a diversos destinatarios con alcance nacional.
- Facilita la flexibilidad horaria y la administración de los tiempos dentro del calendario estipulado por la Universidad.
- Posibilita la cursada desde cualquier lugar de residencia y específicamente a quienes no acceden a esta diplomatura presencialmente desde sus lugares de residencia.
- Fomenta la responsabilidad y la autonomía de los alumnos con una interacción permanente con los docentes y otros alumnos en las clases-foro y a través de diversos recursos multimediales, materiales de estudio y textos en el aula virtual.

### **3. OBJETIVOS DEL CURSO**

La Diplomatura tiene por objetivos:

- Formar profesionales capaces de interpretar las necesidades del mercado.
- Establecer correctamente dónde, cuándo y cómo realizar los correspondientes actos de organización, bajo los tipos y variedad de eventos en los cuales se cuantifican.
- Saber implementar lo conocimientos incorporados para aplicarlos antes, durante y después de cada evento realizado.
- Ser capaz de resolver situaciones de crisis ante eventuales imponderables durante el evento.

### **4. ALCANCES DE LA CERTIFICACIÓN**

El egresado de la Diplomatura en Organización Eventos podrá:

- Aplicar las herramientas y estrategias necesarias para planificar, coordinar y ejecutar todo tipo de eventos, con capacidad de liderazgo y habilidades precisas para ejercer la coordinación.
- Gestionar y administrar los recursos necesarios para el armado de eventos, y resolver conflictos o dificultades propias que pudieran presentarse.
- Generar valor en la producción de un evento creando contenidos modernos y experiencias innovadoras.

### **5. DESTINATARIOS**

La Diplomatura está abierta a toda la comunidad: estudiantes, profesionales y trabajadores de todos los sectores, como también aquellas personas proactivas que quieran incorporar nuevos conocimientos en el mundo de los eventos y espectáculos.

### **6. REQUISITOS DE ADMISIÓN**

- Estudios Secundarios completos o Educación Polimodal completa provenientes de instituciones oficialmente reconocidas.

## 7. RÉGIMEN DE CURSADA

Las asignaturas del plan tendrán una duración bimestral y/o cuatrimestral.

Todas las materias contienen una parte teórica, en la que se trabajará bibliografía y materiales teóricos tanto gráficos como filmicos. El segundo tramo de la materia se realizarán prácticas con entrega de trabajos. Ambas metodologías serán evaluadas por el docente, como también la participación de los foros de discusión.

En la materia Práctica Profesional, los alumnos deberán realizar y aprobar un Trabajo Práctico Integrador sobre un tipo de evento. El mismo deberá contener los diferentes comités (desarrollados en la materia Eventos I), contener la temática, lugar y sede donde se va a realizar, elaborar el presupuesto, la convocatoria de invitados, la finalidad que tiene y toda otra cuestión especificada por el docente.

Todos los trabajos finales deberán contener el siguiente formato: Tipografía: Arial / Calibri 12, Interlineado: 1.15, márgenes justificados, contar con carátula, índice, una introducción, desarrollo (informe de los comités), evaluación, conclusión y anexos.

## 8. PLAN DE ESTUDIOS

Nombre de la actividad	Régimen de cursada (cuatrimestral, bimestral)	Carga horaria semanal	Carga horaria total
<b>Primer cuatrimestre</b>			
EVENTOS I	Bimestral	4,5	36
SERVICIO DE CATERING	Bimestral	3	24
COSTOS Y CONTROL PRESUPUESTARIO	Cuatrimestral	2,25	36
RELACIONES PÚBLICAS	Bimestral	3	24
CEREMONIAL Y PROTOCOLO	Bimestral	3	24
<b>Segundo cuatrimestre</b>			
EVENTOS II	Bimestral	3	24
MARKETING	Bimestral	3	24
AMBIENTACIÓN Y DECORACIÓN	Bimestral	3	24
DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL	Bimestral	3	24

PRACTICA PROFESIONAL	Cuatrimestral	2,25	36
<b>Carga horaria total</b>			<b>276</b>

## 9. CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS ACTIVIDADES

### 1) Eventos I

**Objetivos:** Reconocer tipos de eventos, clasificación y componentes de los eventos. Desarrollar técnicas y tácticas. Seleccionar sedes apropiadas. Identificar las herramientas necesarias para elaborar un plan de acción según características de cada evento.

**Contenidos:** Definición de evento. Planificación estratégica. Los eventos como herramientas de comunicación. División de trabajo. Comités. Saber diferenciar los tipos de eventos, apuntando a los diferentes públicos, seleccionando las sedes correspondientes y ofrecer las variantes que componen la clasificación de los eventos. Herramientas de trabajo, Brief, propuesta.

### 2) Servicio de Catering

**Objetivos:** Reconocer los potenciales peligros al momento de la recepción, el almacenamiento y la transformación de las materias primas. Identificar las herramientas y técnicas necesarias para poder ofrecer un servicio de catering acorde a las características de cada evento. Desarrollar habilidades para los requerimientos que ofrece el mercado gastronómico.

**Contenidos:** Microorganismos capaces de causar enfermedades. Buenas prácticas de manipulación, almacenamiento y servicio. Como seleccionar una empresa de catering. Organigrama del servicio de Catering. Tiempos de servicios. Tipos y Clasificación de los diferentes servicios de catering. Condiciones para el armado de una mesa, contemplando vajilla, cubertería y decoración.

### 3) Costos y Control Presupuestario

**Objetivos:** Acceder a diferentes técnicas y modelos de gestión de costos. Elaborar presupuestos. Cotización. Relevamiento de proveedores. Conocer conceptos básicos de costos y la finalidad de su determinación. Identificar cual es el sistema de información de costos más adecuado.

**Contenidos:** Definición, elementos y clasificación de costos. Planificación y presupuesto de todo tipo de eventos. Control presupuestario, decisiones a corto, mediano y largo plazo. Negociación presupuestaria.

### 4) Ceremonial y Protocolo

**Objetivos:** Formar en la identificación y capacidad para seleccionar y aplicar las modalidades del ceremonial y el protocolo que corresponde utilizar de acuerdo con situaciones específicas;

programar, colaborar con la organización de actos y eventos, con ajuste al protocolo de aplicación; conocer acerca de las modalidades formales de relación aplicables a los distintos vínculos de participación.

**Contenidos:** Definiciones. Diferenciación y orden ceremonial. Ubicaciones y tipos de cabeceras. Tipos de mesas y armado. Modales para el correcto desenvolvimiento en reuniones, eventos sociales, culturales y/o empresariales. Indumentaria. Ceremonial comparado. Ceremonial escrito.

## 5) Relaciones Públicas

**Objetivos:** Introducción a las Relaciones Públicas, conocer el aporte de estas en la actualidad. Diferenciar la necesidad de uso de las herramientas de comunicación. Identificar los distintos tipos de públicos. Procesos de comunicación. Manejo de redes sociales. Fundraising y voluntariado. Como elaborar un plan de Relaciones Públicas.

**Contenidos:** Relaciones Públicas, concepto, definición, origen, evolución y funciones. Características. Tipos de públicos. Herramientas de comunicación. Auditorias de comunicación / imagen. Community Management Issues management, gestión de conflictos, crisis. Responsabilidad Social Empresaria. Lobbying. Tercer Sector (Organizaciones no gubernamentales). IPCE.

## 6) Eventos II

**Objetivos:** Ampliar el campo de conocimiento en el área de la organización de eventos. Identificar principales características y diferencias entre los grandes eventos, entendiéndose como estos Congresos, Ferias y Exposiciones. Incorporar conocimientos prácticos y así integrarlos con los conceptos teóricos aprendidos.

**Contenidos:** Presentación de eventos de gran magnitud. Especificaciones técnicas de este tipo de eventos. Segmentación de públicos, financiamiento y difusión Marketing para eventos. Eventos Outdoor vs. Eventos Indoor. Organización para montaje y desmontaje.

## 7) Diseño y Comunicación Visual

**Objetivos:** Introducir al alumnos en la disciplina del diseño y la comunicación visual para formarlo en el desarrollo de ideas conceptuales rectoras y en la aplicación de herramientas del diseño del lenguaje de imágenes, de acuerdo con situaciones específicas en la organización de eventos; programar y colaborar con la señalética en la organización de eventos.

**Contenidos:** Definiciones. Diferenciación y coherencia de aplicación de recursos de diseño y de comunicación visual. Familias tipográficas y mapa de color. Significado y significante. Identidad corporativa: marca y manual normativo. Comunicación corporativa. Señalética: materiales.

## 8) Ambientación y Decoración

**Objetivos:** Incorporar el lenguaje audiovisual como medio de comunicación. Capacitar en la elección de materiales y técnicas escenográficas. Desarrollar las capacidades creativas tanto individuales como en forma grupal.

**Contenidos:** Introducción a los materiales básicos, plantas y vistas, relevamiento, ubicación y distribución a tener en cuenta en planta. Circulación y Dimensiones a tener en cuenta. Sectorización y categorización de los espacios de los espacios abiertos. Conceptos básicos para el dibujo en perspectiva a mano alzada.

## 9) Marketing

**Objetivos:** Analizar las características del mercado de los eventos. Adquirir conocimientos de gestión y planeamiento de promociones. Diseñar y ejecutar estrategias de marketing. Elaborar un plan de marketing.

**Contenidos:** Qué es el marketing. Relación entre la oferta y la demanda. Pirámide de Maslow. Comportamiento del consumidor. Proceso de decisión de compra. Proceso de Segmentación. Identificación de bases de segmentación. Posicionamiento en el mercado. Estrategias de posicionamiento. Mix de Marketing. Definición de variables de marketing. Producto, precio y promoción. Estrategias competitivas. Elaboración de un plan de Marketing.

## 10) Práctica Profesional

**Objetivos:** Ampliar los conocimientos adquiridos durante toda la carrera de forma teórica. Plasmar todo lo aprendido teóricamente en la práctica, en el campo real.

**Contenidos:** Realizar el trabajo práctico integrador y que el mismo pueda plasmarse de manera real.