



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Especialista en Turismo: Comercialización de Eventos en Hoteles





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantess de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de

19

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL

20% Beca
PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Descripción

Si le interesa el sector del turismo y quiere conocer los aspectos esenciales sobre la comercialización de eventos en hoteles este es su momento, con el Curso de Especialista en Turismo: Comercialización de Eventos en Hoteles podrá adquirir los conocimientos necesarios para realizar esta función de la mejor manera posible. Realizando este curso conocerá todo lo referente a comercializar eventos de todo tipo, atendiendo a factores de marketing y técnicas de comercialización.

Objetivos

- Comercializar eventos en hoteles.
- Conocer el plan de marketing de eventos dentro del plan global del establecimiento.
- Adquirir las diferentes técnicas de comercialización en este ámbito.
- Planificar las estrategias comerciales y la publicidad.
- Preparar el evento en su totalidad.
- Proceder a la facturación del evento.

A quién va dirigido

El Curso de Especialista en Turismo: Comercialización de Eventos en Hoteles está dirigido a todos aquellos profesionales del ámbito turístico que deseen seguir formándose, así como a cualquier persona interesada en adquirir conocimientos sobre la comercialización de eventos en hoteles.

Para qué te prepara

Este Curso de Especialista en Turismo: Comercialización de Eventos en Hoteles le prepara para desenvolverse de manera profesional en el entorno del sector del turismo, atendiendo a sus factores fundamentales en la comercialización de eventos en hoteles y adquiriendo las técnicas para realizar esta función de eficazmente.

Salidas laborales

Turismo / Gestión de eventos / Experto en comercialización de eventos en hoteles / Sector servicios.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS EN HOTELES.

1. Oferta de eventos.
2. Tipos de eventos.
3. Eventos en establecimiento de alojamiento.
 1. - En grandes establecimientos.
 2. - En pequeños y medianos establecimientos.
 3. - Eventos en otros tipos de establecimientos hoteleros.
4. Eventos fuera del entorno hotelero.
5. La gestión de salas y salones.
 1. - Tipos de salas.
 2. - Planos de los salones.
 3. - Tamaño y localización de los salones dentro del establecimiento.
 4. - Calculo de precio de venta al público de los salones.
 5. - Calculo del precio de servicios con bebidas.
6. Recomendaciones de actuación a futuro.
 1. - Aportar un valor añadido.
 2. - Conocer nuestra rentabilidad.
 3. - Crear servicios y productos con imagen de utilidad.
 4. - Diferenciarse para destacar ante el cliente.
 5. - Especializarse en ciertos sectores.
 6. - Maximizar gastos variables.
 7. - Ofrecer paquetes cerrados.
 8. - Pensar en co-branding.
 9. - Pasar a proponer eventos.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DEMANDA DE EVENTOS.

1. Quienes demandan eventos.
 1. - Empresas.
 2. - Organizaciones sin ánimo de lucro.
2. Quienes organizan eventos.
 1. - Organizadores de congresos.
 2. - Planificaciones profesionales de eventos.
 3. - Organizaciones profesionales de congresos.
 4. - Empresas de gestión en destino.
 5. - Empresas especializadas en viajes de incentivo.
 6. - Agencias de viajes.
 7. - Agencias de viajes especializadas en eventos.
 8. - Agencias de comunicación.
 9. - Travel Managers.
3. Requisitos que se piden para eventos
 1. - Calidad en los servicios de comidas.
 2. - Suficiente número de habitaciones.

3. - Ubicaciones atractivas.
4. Diferentes tipos de eventos.
 1. - Eventos de formación.
 2. - Eventos de incentivos.
 3. - Eventos de ventas.
 4. - Eventos de profesionales y técnicos.
 5. - Reuniones de directivos.
 6. - Reuniones de distribuciones e introducción de nuevos productos.
 7. - Eventos públicos y de accionistas.
 8. - Exposiciones y ferias.
5. Nuevas tendencias en demanda de eventos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE MARKETING.

1. Diferencias entre marketing y ventas.
2. El plan de marketing de eventos dentro del plan global del establecimiento.
3. Las cuatro partes del plan de marketing.
 1. - Brusquedad y recopilación de información sobre el mercado.
 2. - Selección de los segmentos del mercado para el posicionamiento del establecimiento.
4. Establecer objetivos y planes de actuación.
5. Control y monitorización del plan de marketing.
6. Puesta en marcha de un plan de marketing para eventos
 1. - Plasmación del plan de marketing en el presupuesto.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE COMERCIALIZACIÓN

1. Clasificación de los contactos comerciales.
 1. - Las tres reglas de oro.
2. La visita comercial.
 1. - Preparación previa a la visita.
 2. - Comienzo de la visita comercial.
 3. - Obtención de perfiles del interlocutor y de la empresa
 4. - Presentación del establecimiento.
 5. - Dudas y preguntas.
 6. - Cierre y seguimientos.
3. La venta telefónica.
 1. - Técnicas para la venta telefónica.
 2. - Análisis a potenciales clientes.
 3. - Concertar citas por teléfono.
 4. - Las llamadas telefónicas de ventas y su seguimiento.
 5. - Técnicas de gestión telefónica.
4. Otras técnicas de comercialización.
 1. - Técnicas online.
 2. - Asistencia a ferias.
 3. - Acciones con Convention Bureau.
 4. - Invitaciones para visitar el establecimiento y otros de familiarización.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD PARA EVENTOS.

1. Publicidad impresa.
 1. - Revistas de negocios
 2. - Directivos de hoteles.
2. Las TIC: desarrollo de la publicidad de los hoteles y eventos.
 1. - Internet.
 2. - La página web del hotel.
 3. - Publicidad en video digital.
 4. - Otros materiales promocionales.
 5. - Artículos especiales.
3. Publicidad directa.
4. Planificar las estrategias comerciales y la publicidad.
 1. - Extensión, frecuencia, tiempo y consistencia.
 2. - Publicidad de intercambio.
 3. - Cooperación en publicidad y alianzas estratégicas.
 4. - Agencias de publicidad.
5. Relaciones públicas y publicidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ORGANIZACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS.

1. Estructura comercial.
 1. - La oficina comercial de eventos.
 2. - Integración del trabajo individual en el colectivo.
2. El personal del departamento comercial.
 1. - Diferentes puestos que se pueden encontrar.
 2. - El personal de comercial.
 3. - Apoyo de personal administrativo.
3. La gestión comercial.
 1. - Estandarización de procedimientos.
 2. - Reuniones de ventas.
 3. - Asignación de cuentas comerciales.
 4. - Gestión de cuentas clave.
 5. - Evaluación de las tareas realizadas.
4. Sistemas de registro y archivo.
 1. - Sistemas de archivo en hoteles.
 2. - Elementos de los sistemas de archivo.
 3. - Controles en comercial.
 4. - Impresos.
 5. - Clipping.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS PARA EL SEGMENTO DE LAS EMPRESAS.

1. Características de los eventos de empresa.
 1. - Ciclos de los eventos de empresa.
 2. - Tiempo de preparación.
 3. - Patrones de comportamiento.
 4. - Lugares preferidos como sedes del evento.
 5. - Asistencia.
 6. - Duración.
 7. - Ferias o exposiciones.

8. - Requisitos de los salones de reuniones.
9. - Normas de facturación.
10. - Potencial para reservas múltiples.
2. Los organizadores de eventos en empresas.
 1. - Organizador de eventos a jornada completa.
 2. - El presidente o director de la empresa.
 3. - Directores comerciales, de marketing o de ventas.
 4. - Directores de publicidad y de relaciones públicas.
3. Otros directivos con los que tratar en la empresa.
 1. - Director de viajes.
 2. - Director de formación.
 3. - Especialistas externos en eventos/organizadores independientes.
4. Fuentes donde buscar eventos y encontrar a los responsables de la empresa.
 1. - Publicaciones especializadas en eventos.
 2. - Directorios y publicaciones comerciales.
 3. - Asociaciones comerciales y empresariales.
 4. - Sitios de Internet.
 5. - Oficinas de Turismo y Convention Bureaus.
 6. - Conocimiento en profundidad de la cuenta en grandes empresas.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMERCIALIZACIÓN DE EVENTOS PARA OTROS MERCADOS.

1. - Por que segmentar.
 2. - Características de cada segmento.
 3. - Los interlocutores válidos.
 4. - Fuentes donde encontrar información.
1. Otros mercados destacables.
 2. Eventos de incentivo.
 1. - Empresas de seguros.
 2. - Reuniones de médicos.
 3. - Instituciones de la Administración y empresas dependientes de la Administración.
 4. - Partidos políticos.
 5. - Entidades sin ánimo de lucro.
 6. - Organizaciones no gubernamentales (ONG).
 7. - Eventos religiosos.
 8. - Reuniones de militares y cuerpos y fuerzas de seguridad.
 9. - Eventos de formación.
 10. - Otros segmentos.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. NEGOCIACIÓN DE CONTRATOS.

1. Pasos previos a la negociación.
 1. - Búsqueda y seguimiento de punto clave
 2. - Problemas anteriores.
2. Carta de acuerdo o contrato.
 1. - Nombre del cliente y del hotel.
 2. - Fechas oficiales
 3. - Cantidad y características de las habitaciones.

4. - Precios
 5. - Previsión de cuando se realizaran las entradas y salidas de habitaciones
 6. - Habitaciones gratis o con precios especiales
 7. - Salas y salones.
 8. - Salones para exposiciones o ferias.
 9. - Visitas técnicas previas.
 10. - Espacio de trabajo del grupo.
 11. - Apartados que se han de tener en cuenta a la llegada.
 12. - Servicios con comida.
 13. - Los descansos o breaks.
 14. - Bebidas alcohólicas.
 15. - Equipo audiovisual.
 16. - Cargos y facturación a crédito.
 17. - Forma de pago.
 18. - Resolución y cancelación.
 19. - Daños y perjuicios.
 20. - Impuestos.
 21. - Disminución de reservas sobre las previstas.
 22. - Arbitraje.
 23. - Indemnización y seguros.
3. Tipos de acuerdo o contrato y su estandarización.
1. - Contratos para múltiples eventos.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PREPARACIÓN DEL EVENTO.

1. Reunión previa al evento.
 1. - Listado de personal del hotel con diferentes responsabilidades.
2. Formularios utilizados.
 1. - Memorandum del evento.
 2. - Orden de servicio.
 3. - Listado de habitaciones o rooming list.
3. Asignación de habitaciones.
 1. - Resumen de habitaciones del evento.
 2. - Procedimiento de registro a la llegada.
 3. - Procedimientos para la salida del grupo.
4. Asignación de salas y salones.
 1. - Organización del evento.
 2. - Montajes habituales.
 3. - Sistemas de acceso, admisión y seguridad.
5. Las diversas operativas de cada hotel.
 1. - Los comerciales del hotel y su implicación en el servicio.
 2. - Proveedores de servicios externos.
 3. - Programas para acompañantes.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. FACTURACIÓN.

1. Procedimiento para la facturación.
 1. - Previo a la facturación.
 2. - El presupuesto.

3. - Facturación que se generan antes del evento o en caso de anulación.
2. Preparación de las facturas.
 1. - Particularidades con los derechos del autor y la SGAE.
 2. - Anticipos, descuentos, comisiones y dewards.
3. Tipos de facturaciones.
 1. - Si el evento se hace fuera del establecimiento.
 2. - Revisión final de la factura del evento.
 3. - Facturación a asistentes al evento.
4. Formas de pago.
5. Procedimientos de pago.
6. Informes posteriores a la facturación.
 1. - Informe cuantitativo del evento.
 2. - Informes y estadísticas de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. REVISIONES POSTERIORES AL EVENTO.

1. Procedimientos para revisiones post-evento.
 1. - Comparación con las previsiones.
 2. - Funciones de seguimiento.
 3. - Evaluación de todos los servicios del hotel.
 4. - Actuaciones post-evento.
 5. - Tabulaciones y procesado de la información obtenida en los cuestionarios.
2. Procedimiento para la revisión mensual.
 1. - Proceso analítico.
 2. - Análisis de datos cuantitativos de los salones.
3. Procedimientos para la revisión anual del plan de marketing.
 1. - Acciones de marketing con publicidad.
 2. - Acciones con marketing directo.
 3. - Acciones con marketing online.
 4. - Acciones con material promocional.
 5. - Acciones de comunicación y relaciones públicas.
 6. - Acciones de marketing cliente-canal.
 7. - Marketing en el hotel.
 8. - Marketing con nuestro equipo comercial.
4. Acciones de revisión.
 1. - Revisión estratégica del plan de marketing.
 2. - Revisión de las políticas de empresa.

EDITORIAL ACADÉMICA Y TÉCNICA: Índice de libro La comercialización de eventos en hoteles Roca Prats, José Luis. Publicado por Editorial Síntesis

¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

¡Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 900 831 200

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.edu.es

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group