Microcredencial Universitaria en Comunicación Estratégica y Marketing para Eventos

Descripción

Esta microcredencial capacita al alumnado para gestionar la comunicación estratégica en eventos, incluyendo el diseño de planes de comunicación eficaces, la atención a medios y el uso de herramientas de marketing y relaciones públicas para crear experiencias memorables. Se desarrollan habilidades en elaboración de planes de marketing, notoriedad de marca, captación de clientes y networking profesional.

¿Por qué es importante esta formación?

La organización de eventos se ha convertido en una herramienta estratégica clave para instituciones públicas y privadas en la proyección de marca, generación de impacto y fidelización de audiencias. La transformación digital, el auge del social media y la exigencia de experiencias personalizadas han incrementado la demanda de profesionales con competencias específicas en comunicación estratégica y marketing aplicado a eventos. Esta microcredencial responde a dicha necesidad, aportando una formación actualizada y práctica que combina planificación comunicativa, dominio de herramientas digitales y diseño de planes de marketing. Su enfoque aplicado permite formar perfiles capaces de liderar acciones de alto impacto y adaptadas a los nuevos entornos competitivos. La propuesta se alinea con estudios recientes sobre empleabilidad y competencias demandadas en el sector MICE, reforzando su pertinencia y proyección profesional.

Coordinación académica **Juan Díaz Álvarez y Patricia Fuente Rico**
Profesor Contratado Doctor y Coordinadora Académica de ISEMCO

Formación en colaboración con **International School Management SL, ISEMCO**

Forma parte del itinerario **Máster de Formación Permanente en Protocolo, organización y producción de eventos**

Modalidad de impartición **Híbrido**

Curso académico 2025-26
Número edición 1

Idioma de impartición Español

Periodicidad Anual

Duración en créditos **6 ECTS**

Horas lectivas **12**

Tarifa general **510 €**

Número total de plazas **30**

Rama(s) de conocimiento

- Artes y Humanidades ☐
- Ciencias ☐
- Ciencias de la Salud ☐
- Ciencias Sociales y Jurídicas ☑
- Ingeniería ☐

Nivel de Cualificación (EQF) EQF7 - Conocimientos altamente especializados (Máster o equivalente)

Destinatarios

Requiere titulación universitaria No

El curso está dirigido a profesionales y estudiantes que deseen ampliar sus conocimientos y habilidades en el ámbito del protocolo y la organización de eventos, así como a aquellos interesados en integrar principios de sostenibilidad en su aplicación empresarial. Está especialmente orientado a profesionales del sector de la industria de eventos cuya actividad se centre en la producción, organización y planificación de actos, y que busquen actualizar o mejorar sus competencias. Asimismo, está abierto a cualquier persona interesada en adquirir formación en este campo.

Financiación y becas

No se prevén becas

Criterios de admisión

No se requiere titulación previa para acceder a esta microcredencial. Si la demanda supera la oferta de plazas, la selección se realizará en función de tres criterios: titulación universitaria (hasta 4 puntos), formación no reglada específica (hasta 2 puntos) y experiencia profesional (hasta 4 puntos).
Titulación: 2 puntos para diplomaturas o grados, 3 para licenciaturas o máster, y 4 para doctorado.
Formación no reglada: 0,5 puntos por menos de 100 h; 1 punto entre 100–200 h; 1,5 entre 200–300 h; y 2 puntos por más de 300 h.
Experiencia: 1 punto por al menos 2 años; 2 puntos por al menos 3 años; 3 puntos por al menos 4 años y 4 puntos por 10 o más años acreditados en el ámbito.
Las plazas se asignarán por orden de mayor puntuación total.

Lugar de impartición Facultad de Derecho
Plataforma o entorno virtual Campus Virtual
Calendario y horario Sesiones presenciales: 6 sesiones de 2 horas por sesión. Miércoles 14,21 y 28 de enero y 4 y 11 de marzo de 17,00 a 19,0(

Preinscripción del 15/05/25 al 15/09/25
Matrícula del 25/09/25 al 09/01/26

Para más información **pfuente@isemco.eu/667420736**

PROGRAMA DOCENTE Y EVALUACIÓN

OBJETIVOS Y PLANIFICACIÓN DOCENTE

Esta microcredencial tiene como finalidad comprender el papel de los medios de comunicación y prescriptores en el ámbito de la organización de eventos, así como identificar sus necesidades y expectativas. Se proporcionan herramientas adecuadas para la elaboración y gestión de un plan de comunicación estratégica eficaz. Asimismo, se aborda el conocimiento y desarrollo de técnicas de marketing aplicadas a eventos, con un enfoque orientado a su aplicación práctica en contextos reales.

Objetivos específicos:
- Comprender la importancia de la comunicación y sus herramientas en todas las fases de la organización de un evento.
- Identificar las necesidades de los medios de comunicación en el contexto de un evento.
- Elaborar y dirigir un plan de comunicación para un evento.
- Analizar el contexto de la comunicación corporativa y su relación con la planificación de eventos.
- Conocer y aplicar herramientas de social media relevantes para la comunicación en eventos.
- Familiarizarse con la terminología básica del marketing y las relaciones públicas en el ámbito de los eventos.
- Desarrollar un plan de marketing básico aplicado.

La planificación docente combina el estudio autónomo con sesiones presenciales de aplicación práctica, organizadas del siguiente modo:

Semana 1: Introducción a técnicas básicas de organización de eventos. Se realizan actividades prácticas presenciales y se facilitan materiales para el trabajo autónomo. Se activa también el foro-debate.
Semana 2: Resolución de casos prácticos relacionados con la seguridad en eventos, complementados con contenidos teóricos disponibles en la plataforma.
Semana 3: Seminario sobre elaboración de invitaciones e interpretación de la ordenación de banderas. Se entrega la actividad correspondiente al foro-debate y se inicia el trabajo final del curso.
Hasta el 23 de febrero: Finalización y entrega del trabajo final. Durante este periodo se ofrecen tutorías individualizadas para resolver dudas sobre contenidos o tareas.

CONTENIDOS

•La comunicación en los eventos.
•Las necesidades de los medios en los eventos. El centro de prensa.
•Herramientas de comunicación aplicadas.
•El plan de comunicación en los eventos.
•Comunicación aplicada 2.0. Social Media
•Fundamentos básicos del marketing. Análisis de mercado.
•Marketing y eventos.
•Management Comercial, estratégico y online.
•Las herramientas del marketing en los eventos.
•Investigación, medición y evaluación. Plan de marketing aplicado (caso práctico).

MECANISMOS DE APOYO Y ORIENTACIÓN AL ESTUDIANTADO

El estudiantado contará con diversos mecanismos de apoyo y orientación para facilitar su aprendizaje y adaptación al programa. Se ofrecerán tutorías académicas para resolver dudas sobre los contenidos y la metodología, además de acceso a la plataforma virtual con materiales didácticos y foros de consulta. También se proporcionará asesoramiento administrativo, incluyendo normativa aplicable. Además, se realizará un seguimiento del progreso del estudiantado para identificar posibles necesidades de apoyo y ofrecer recomendaciones personalizadas. Se habilitarán canales de comunicación con el equipo docente y la administración para atender cualquier consulta o incidencia, garantizando así un acompañamiento continuo y eficaz.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1 ***Diseño de estrategias de comunicación en eventos***
Denominación según ESCO: Elaborar estrategias de comunicación, crear planes de comunicación
Tipo y alcance: Capacidad/Capacidades y competencias transectoriales

2 ***Desarrollo de acciones de marketing operativo en la gestión de eventos***
Denominación según ESCO: Elaborar plan de marketing y ventas, aplicar técnicas de marketing
Tipo y alcance: Capacidad/Capacidades y competencias específicas del sector

3 ***Aplicación de herramientas digitales y de social media en la promoción de eventos***
Denominación según ESCO: Utilizar redes sociales para el marketing, crear contenido digital para estrategias de comunicación
Tipo y alcance: Capacidad/Capacidades y competencias transectoriales

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES FORMATIVAS

	Actividad	Modalidad	Horas lectivas	Horas totales
1	La comunicación estratégica: principios fundamentales	Híbrido	1.0	10
2	Aplicación del marketing en eventos	Híbrido	1.0	20
3	Habilidades directivas y trabajo en equipo	Híbrido	1.0	10
4	Taller de habilidades directivas y trabajo en equipo	Híbrido	1.0	20
5	El plan de comunicación: estructura y elementos clave	Híbrido	1.0	10
6	Taller práctico sobre el plan de comunicación	Híbrido	2.0	20
7	Foro-debate sobre comunicación y marketing	Híbrido	1.0	20
8	Taller sobre el plan de marketing	Híbrido	2.0	15
9	Proyecto final integrado	Híbrido	1.0	15
10	Tutorías de resolución de dudas	Virtual (asíncrono)	0.0	10
		Total	**11.0**	**150**

ACTIVIDADES FORMATIVAS

1 ***La comunicación estratégica: principios fundamentales***
Mediante materiales audiovisuales y lecturas se abordan los principios fundamentales de la comunicación estratégica.

2 ***Aplicación del marketing en eventos***
A través del trabajo en equipo y la resolución de casos reales, se aplican los conceptos previamente analizados sobre los fundamentos del marketing para eventos.

3 ***Habilidades directivas y trabajo en equipo***
Se presentan los elementos clave de las habilidades directivas y del trabajo en equipo, con apoyo de documentación ilustrativa y ejemplos reales.

4 ***Taller de habilidades directivas y trabajo en equipo***
Se desarrolla un taller práctico en grupo sobre habilidades directivas, aplicando pautas preestablecidas y resolviendo situaciones simuladas.

5 ***El plan de comunicación: estructura y elementos clave***
Se analizan casos reales y documentados para identificar las fases esenciales y recursos necesarios en un plan de comunicación aplicado a eventos.

6 ***Taller práctico sobre el plan de comunicación***
A partir de análisis de casos y dinámicas grupales, el estudiantado desarrolla propuestas adaptadas a diferentes escenarios de comunicación en eventos.

7 ***Foro-debate sobre comunicación y marketing***
El alumnado analiza una ceremonia institucional a partir del visionado guiado de un evento. Las observaciones se exponen en un foro virtual siguiendo criterios propuestos por el profesorado.

8 ***Taller sobre el plan de marketing***
Se profundiza en las fases del plan de marketing, desde el briefing inicial hasta su defensa final, integrando recursos técnicos y creativos desde el enfoque del protocolo oficial.

9 ***Proyecto final integrado***
El estudiantado diseña una propuesta completa de evento, integrando plan de comunicación o marketing, cronograma, estructura organizativa y criterios de evaluación del impacto.

10 ***Tutorías de resolución de dudas***
Se habilitan espacios de consulta y seguimiento individualizado para resolver cuestiones relacionadas con contenidos, actividades y preparación del proyecto final.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

1 ***Portafolio de casos prácticos***

El alumnado resuelve ejercicios breves de aplicación vinculados a unidades clave del curso, tales como el diseño del plan de comunicación, el uso de herramientas de social media o la aplicación de técnicas de marketing operativo. Esta evaluación fomenta la integración progresiva de los contenidos teóricos con la práctica profesional en la organización de eventos.

2 ***Foro de debate***
A partir del análisis de un evento proporcionado por el profesorado, el alumnado identifica y comenta elementos de comunicación y protocolo aplicados. Se fomenta el pensamiento crítico y la argumentación, evaluando la capacidad de análisis contextual y aplicación de conceptos estudiados.

3 ***Trabajo final***
Proyecto integrador que puede consistir en el diseño completo de un evento, incluyendo el plan de comunicación y el plan de marketing, cronograma, estructura organizativa y propuesta de evaluación del impacto. Requiere aplicar todos los conocimientos y competencias desarrollados a lo largo del curso

La calificación final será una media ponderada según lo indicado en la tabla siguiente.

Sistema de evaluación		Tipo de evaluación	Modalidad	Nota mínima	Ponderación
1	Portafolio de casos prácticos	Evaluación formativa continua	Virtual	5.0	40%
2	Foro de debate	Tarea puntuable	Virtual	8.0	10%
3	Trabajo final	Tarea puntuable	Virtual	5.0	50%
					100%

EQUIPO DOCENTE

El equipo docente de esta microcredencial está formado por profesionales con una sólida trayectoria en el ámbito de la organización de eventos corporativos, que combinan experiencia práctica con formación especializada. Esta combinación garantiza una formación integral y actualizada, alineada con las demandas del sector. La responsable académica del curso es Patricia Fuente, profesional en activo con amplia experiencia en protocolo y organización de eventos. Su liderazgo asegura una coordinación efectiva y una orientación académica coherente con los objetivos del programa.
El docente principal del módulo es Miguel Morán, licenciado en Psicología y Pedagogía, y Coach Profesional. Le acompañan en la docencia César Cajete, licenciado en Comunicación, socio fundador de Comunicación Profesional, consultor en comunicación estratégica y experto en gestión de crisis, social media y trust building; Daniel García Fuente, doctor en Publicidad y Relaciones Públicas por la UCJC, profesional con más de 15 años de experiencia en protocolo, producción y organización de grandes eventos; y Ana Belén Oliver, doctora acreditada y docente especialista en comunicación y marketing, historia y ceremonial. Además, se cuenta con la participación de Juan Díaz Álvarez, Profesor Contratado Doctor del Departamento de Historia de la Universidad de Oviedo. Su experiencia investigadora en ceremonial, protocolo y representación del poder en la Edad Moderna aporta una valiosa perspectiva histórica y contextual a los contenidos del programa. Por último, la persona designada como tutor general del itinerario formativo desempeña un papel de acompañamiento y orientación al alumnado a lo largo del máster de formación permanente al que pertenece esta microcredencial. Su labor consiste en ofrecer apoyo académico, resolver dudas y realizar sesiones de tutoría personalizadas para facilitar el seguimiento y la superación de cada módulo.

Ana Belén Oliver González. ISEMCO. Docente
César González Cajete. Comunicación Profesional. Asesor
Daniel García Fuente . ISEMCO. Docente
Jesús Portilla González. JP Consultoría, Mentoring y Formación. Asesor
Juan Díaz Álvarez. Profesor Contratado Doctor. Historia Moderna.
Miguel García Morán. RHGROUP. Director
Víctor Manuel Rodriguez Díaz. ISEMCO. Tutor