UNIVERSIDAD TECMILENIO

Guía para el profesor

Desarrollo de Proyectos de Organización de Eventos

LSHT1815

Índice

Información general del curso 1

Metodología 2

Evaluación 3

Bibliografía 3

Tips importantes 4

Temario 5

Notas de enseñanza 10

Evidencia 1 12

Evidencia 2 13

Proyecto final 14

Información general del curso

Modalidades

- Clave banner: LSHT1815
- Modalidad: presencial y/o en línea

Competencia del curso

Evalúa los requerimientos financieros y logísticos de diferentes tipos de eventos, coordina las entidades participantes y utiliza las herramientas adecuadas para su correcta ejecución.

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Metodología

Un certificado es un programa académico breve que consta de varios cursos cuyos contenidos se elaboran con base en experiencias laborales y tiene como objetivo desarrollar competencias específicas en el estudiante, preparándolo para desempeñarse correctamente en un empleo.

Cada certificado está compuesto por tres o cuatro cursos, siendo el último el desarrollo de un proyecto o taller en el que se demuestra el logro de la competencia global establecida.

Un curso se divide en módulos y cada módulo se divide en temas.

En los temas se encontrará lo siguiente:

- **Explicación.** Consiste en un conjunto de conceptos teóricos y ejemplos reales de la vida laboral que ayudarán a ampliar el conocimiento.
- **Recursos educativos.** Conformados por una selección de lecturas y videos disponibles en sitios web que han sido debidamente curados por expertos y sirven como complemento de las explicaciones.
- **Actividades de aprendizaje.** Cuyo propósito es aplicar y experimentar con los conceptos estudiados.
- **Evidencias.** Consisten en actividades que engloban las habilidades de todo el curso y cuya función principal es demostrar que se ha alcanzado la competencia general del curso.

Los resultados de cada actividad o evidencia se deben enviar a través de la plataforma educativa y se evaluarán según los criterios o rúbrica que se indique.

Importante

Guarda una copia digital de todos los trabajos, actividades y evidencias que realices en tus cursos, pues estos archivos serán indispensables para poder realizar tu proyecto integrador (última materia del certificado). Con ellos, formarás un portafolio personal de proyectos que será de mucha utilidad para organizar de manera estratégica el gran volumen de experiencias y aprendizajes obtenidos a lo largo de tu carrera; además, tu portafolio será un medio para enriquecer tu proyección profesional y demostrar todos tus conocimientos y habilidades, lo que permitirá exhibir tus logros ante posibles empleadores.

Asegúrate de respaldar todos tus documentos en un dispositivo de almacenamiento físico, así como en algún servicio de nube (OneDrive, Google Drive, iCloud).

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Evaluación

Evaluable	Ponderación
Fase I	10
Fase II	20
Fase III	40
Fase IV	30
Total	**100**

Bibliografía

Libro de texto

- Jijena, R. (2021). *Organización de eventos: problemas e imprevistos. Soluciones y sugerencias*. Argentina: LECTORUM UGERMAN.

Libros de apoyo

- Di Génova, A. (2024). *Manual de Relaciones Públicas e Institucionales* (3ª ed.). Argentina: Ugerman.
- Fernández M. (2020). *Protocolo de bolsillo: las reglas de oro*. España: Eunsa.

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Tips importantes

1. **Material de capacitación en la plataforma tecnológica Canvas**

Para asegurar que aproveches al máximo tu experiencia educativa en esta modalidad de cursos, te recomendamos que sigas al pie de la letra las indicaciones de tu docente, así como revisar estos tutoriales.

- ¿Cómo entrar a Canvas?
- ¿Cómo consulto mis calificaciones?
- ¿Cómo entrego mis tareas?
- ¿Cómo ingreso a la plataforma de multipresencia virtual?
- Tutoriales de Canvas para alumnos
- ¿Cómo evalúo el desempeño de mi red?

2. **¿En dónde o a quién reporto un error detectado en el contenido del curso?**

Lo puedes reportar a la cuenta atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx, pero te pedimos que también reportes sugerencias para el contenido y actividades del curso.

3. **¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y tiempo de cada sesión en las semanas?**

El coordinador docente te debe proporcionar esta información.

4. **¿En qué semanas se aplican los exámenes parciales y el examen final?**

Consulta con tu coordinador docente los calendarios de acuerdo con la modalidad de impartición.

5. **¿Tengo que capturar las calificaciones en banner y en la plataforma educativa?**

Sí, es importante que captures calificaciones en la plataforma para que los alumnos estén informados de su avance y reciban retroalimentación de parte tuya de todo lo que realizan en el curso. En banner es el registro oficial de las calificaciones de los alumnos.

Las actividades evaluables dentro de cada tema y del calendario, así como la presentación final del curso tienen asignadas una rúbrica con la cual es obligatorio que se califique, esto es muy importante para nuestro modelo de competencias, ya que es la forma en la que medimos el desarrollo de las competencias en nuestros alumnos. Cada rúbrica se encuentra en la sección de **tareas**, específicamente con el nombre de la semana evaluable.

Es importante evaluar con la rúbrica que aparece en el apartado de la evidencia final, ya que se les estará auditando constantemente su realización efectiva.

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Video disponible para calificar con rúbricas.

- ¿Cómo busco una rúbrica?: https://youtu.be/QgDKeZvgtAI
- ¿Cómo califico con una rúbrica?: https://youtu.be/mAblsLAgIp4

Temario

Estos son los temas que has revisado hasta ahora.

Administración y Organización de Eventos

Tema 1. Introducción al estudio de los eventos
1.1 Antecedentes
1.2 Definición
Tema 2. Clasificación de los eventos
2.1 Tipos de eventos en función de su objetivo y alcance
Tema 3. Planeación del evento
3.1 Elementos básicos de la organización de eventos
Tema 4. Definición del presupuesto
4.1 Cotizaciones y presupuesto al cliente
Tema 5. Los usuarios
5.1 Identificación de necesidades y segmentación de mercado
Tema 6. El espacio
6.1 Análisis de espacios y cotizaciones
Tema 7. El menú
7.1 Tipos de menú
7.2 Diseño y planificación del menú
Tema 8. Contratación de servicios
8.1 Permisos y seguros
8.2 Contratos de servicios
Tema 9. Montaje
9.1 Mobiliario y tipos de montaje
9.2 Teoría del color
Tema 10. Ambientación
10.1 Música
10.2 Iluminación y otros elementos
Tema 11. Sistemas de control durante el evento
11.1 Supervisión del montaje

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

11.2 Ambientación, escenografía y espectáculos
Tema 12. Gestión durante el evento
12.1 Programa del evento
12.2 La supervisión de los servicios contratados
Tema 13. Post evento
13.1 Desmontaje
13.2 Evaluación del evento
13.3 Análisis de resultados del evento
Tema 14. Proveedores post evento
14.1 Pago a proveedores de servicios y entrega
14.2 Evaluación de servicios de proveedores
Tema 15. Servicio post evento
15.1 Seguimiento a clientes
15.2 Informe sobre satisfacción del cliente

Relaciones Públicas

Tema 1. Introducción a las relaciones públicas
1.1 Definición y evolución de las relaciones públicas
1.2 Diferencias entre relaciones públicas, publicidad y marketing
1.3 Principios fundamentales y objetivos de las relaciones públicas
1.4 El perfil del profesional en relaciones públicas
Tema 2. Las relaciones públicas en la sociedad actual
2.1 El impacto de las relaciones públicas en la era digital
2.2 Tendencias y desafíos en el ámbito de las relaciones públicas
2.3 Responsabilidad social y sostenibilidad en las estrategias de comunicación
2.4 Ética y transparencia en la gestión de la reputación
Tema 3. Comunicación pública y cabildeo
3.1 Ética y transparencia en la gestión de la reputación
3.2 Estrategias de cabildeo y su impacto en la toma de decisiones
3.3 Relación entre sector público y sector privado en la comunicación pública
3.4 Legislación y normativas sobre cabildeo y relaciones gubernamentales
Tema 4. Introducción a los medios de comunicación
4.1 Tipos de medios de comunicación y su evolución
4.2 El papel de los medios en la construcción de la opinión pública
4.3 Relaciones entre las relaciones públicas y los medios de comunicación
4.4 Transformación digital y nuevas plataformas mediáticas
Tema 5. Principales actividades y relaciones con los medios

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

5.1 Redacción de comunicados de prensa y boletines informativos
5.2 Organización de conferencias de prensa y eventos mediáticos
5.3 Gestión de entrevistas y relación con periodistas
5.4 Monitoreo de medios y análisis de impacto mediático
Tema 6. Herramientas de comunicación
6.1 Herramientas tradicionales de comunicación: notas de prensa, entrevistas y ruedas de prensa
6.2 Herramientas digitales de comunicación: redes sociales, blogs y contenido multimedia
6.3 Estrategias de storytelling y creación de contenido persuasivo
6.4 Software y plataformas para la gestión de relaciones con medios
Tema 7. Estrategias de relaciones públicas
7.1 Estrategias proactivas y reactivas en relaciones públicas
7.2 Campañas de comunicación y posicionamiento de marca
7.3 Uso de influencers y embajadores de marca en RRPP
7.4 Evaluación y medición del impacto de las estrategias de RRPP
Tema 8. Públicos objetivos y audiencias
8.1 Segmentación y análisis de públicos en relaciones públicas
8.2 Factores que influyen en la percepción de los públicos
8.3 Técnicas de engagement y fidelización de audiencias
8.4 Canales de comunicación según los diferentes tipos de públicos
Tema 9. Análisis de medios y noticias
9.1 Evaluación de la cobertura mediática y su impacto en la reputación
9.2 Monitoreo de medios: herramientas y metodologías
9.3 *Fake news* y desinformación en la era digital
9.4 Análisis de tendencias y crisis mediáticas
Tema 10. Entrenamiento de voceros
10.1 Características y roles de un vocero institucional
10.2 Técnicas para entrevistas y declaraciones públicas
10.3 Comunicación no verbal y manejo del lenguaje corporal
10.4 Simulación de escenarios y gestión de preguntas difíciles
Tema 11. Manejo de crisis
11.1 Tipos de crisis y su impacto en la reputación corporativa
11.2 Estrategias de comunicación en situaciones de crisis
11.3 Casos de éxito y fracaso en el manejo de crisis
11.4 Plan de comunicación de crisis y protocolos de respuesta
Tema 12. Imagen corporativa
12.1 Concepto y elementos clave de la imagen corporativa
12.2 Diseño y gestión de identidad visual y verbal
12.3 Posicionamiento de marca y reputación corporativa

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

12.4 Evaluación y mantenimiento de la imagen corporativa
Tema 13. Las relaciones públicas como herramienta de mercadeo
13.1 Sinergia entre relaciones públicas y marketing
13.2 Estrategias de branding y comunicación corporativa
13.3 Experiencia del cliente y relaciones públicas en la fidelización
13.4 Creación de alianzas estratégicas y networking
Tema 14. Ceremonias, protocolo oficial y empresarial
14.1 Principios del protocolo en eventos corporativos y gubernamentales
14.2 Organización y planificación de ceremonias oficiales
14.3 Etiqueta y normas de comportamiento en eventos empresariales
14.4 Comunicación efectiva en actos protocolarios
Tema 15. El futuro de las relaciones públicas
15.1 Innovaciones y tendencias en las relaciones públicas
15.2 Inteligencia artificial y automatización en la comunicación
15.3 El rol de la sostenibilidad en las estrategias de RRPP del futuro
15.4 Nuevos perfiles y competencias del profesional de relaciones públicas

Protocolo

Tema 1. Introducción al protocolo y ceremonia
1.1 La historia del protocolo
1.2 Definición
Tema 2. Principios básicos del protocolo
2.1 Principios básicos
2.2 Funciones por clases del protocolo
Tema 3. Errores del protocolo
3.1 Errores usuales
3.2 Errores en la mesa
Tema 4. Comportamiento que se debe observar
4.1 Las buenas maneras
4.2 Tarjetas de presentación
4.3 Invitaciones y las cartas
4.4 Etiqueta como presentación
Tema 5. Clasificación y tipos de eventos
5.1 Clasificación de eventos
5.2 Fases de organización de eventos
Tema 6. Clasificación y protocolo por tamaño del evento
6.1 División del protocolo en la planificación de un evento

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

6.2 Clasificación de eventos
6.3 Grado de importancia de los eventos
Tema 7. Precedencias y acomodo
7.1 Reglas generales de precedencia
7.2 El acomodo
Tema 8. Aspectos de seguridad
8.1 Aplicación de reglas protocolarias
Tema 9. Eventos gubernamentales
9.1Tipos de eventos gubernamentales
9.2 Tipos de eventos nacionales
Tema 10. Eventos empresariales y corporativos
10.1 Tipos de eventos empresariales y corporativos
Tema 11. Eventos sociales
11.1 Normas y planificación
11.2 Código de vestimenta
Tema 12. Protocolo y medios
12.1 El protocolo de comunicación institucional
12.2 Medios de comunicación
Tema 13. Colores y lenguaje no verbal
13.1 Colores en protocolo
Tema 14. La mesa
14.1 El acomodo de los asientos en la mesa
14.2 Reglas de protocolo al comer en la mesa
Tema 15. Selección de menús
15.1 Protocolo en la selección de menús
15.2 Seleccionar los platos

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Notas de enseñanza

Fase 1 **Planeación operativa del evento**

Ejemplos iniciales: comienza con una lluvia de ideas para identificar tipos de eventos reales conocidos por el alumnado. Esto genera contexto y conexión inmediata.

Plantilla guía: proporciona un formato editable con secciones como tipo de evento, nombre, público meta y presupuesto. Esto facilita la estructuración de ideas.

Trabajo en equipos-productora: organiza al grupo en equipos como si fueran agencias de evento, así trabajan colaborativamente desde la conceptualización hasta la logística.

Revisión cruzada: implementa sesiones donde un equipo evalúa el trabajo de otro, verificando la coherencia entre tipo de evento, objetivos y recursos disponibles.

Presentación simulada: cierra la fase con una miniexposición donde justifiquen su propuesta como si presentaran a un cliente. Promueve argumentación y detalle

Fase 2 **Comunicación y relaciones públicas**

Mapa de stakeholders: inicia con una actividad visual donde identifiquen públicos internos y externos vinculados a su evento. Esto enfoca su estrategia.

Dinámica del mensaje clave: propón un reto para diseñar un mensaje de 30 segundos que comunique la esencia del evento. Luego compártanlo oralmente.

Simulación de vocería: organiza una rueda de prensa simulada donde cada equipo defienda su evento ante preguntas ficticias de medios.

Ejercicio de crisis: plantea una situación inesperada (clima, baja asistencia) y reta a los equipos a desarrollar su plan de respuesta en tiempo limitado.

Evaluación de coherencia: cierra solicitando que justifiquen cómo su estrategia de comunicación está alineada con los objetivos y diseño del evento.

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Fase 3 **Protocolo y formalidad**

Activación de conocimientos: realiza una lluvia de ideas sobre etiquetas, comportamiento y vestimenta en diferentes tipos de eventos. Esto genera contraste y discusión.

Diseño de acomodos: pide a los equipos que elaboren esquemas de ubicación, identificando precedencias de autoridades y flujo del evento.

Creación del guion ceremonial: solicita la redacción y práctica oral del guion para el maestro de ceremonias, incluyendo saludos y agradecimientos.

Justificación visual y simbólica: motiva a justificar las decisiones sobre colores, lenguaje corporal y códigos de vestimenta en función del tipo de evento.

Esquema de seguridad: promueve el diseño de un croquis con zonas seguras, salidas y roles del personal. Evalúa si responde al contexto real del evento

Fase 4 **Presentación e integración final**

Feria de proyectos: organiza una exposición tipo feria donde los equipos muestren sus propuestas integradas usando recursos visuales como maquetas, carteles o videos.

Retroalimentación entre pares: antes de la exposición final, genera rondas de revisión donde otros equipos evalúan claridad, coherencia y viabilidad.

Ensayo de defensa: promueve que cada equipo ensaye su exposición con tiempo medido. Evalúa el dominio del contenido, la claridad y la respuesta a preguntas.

Cohesión entre fases: pide que resalten cómo cada fase está conectada con la anterior. Esta reflexión fortalece la visión integral del proyecto.

Autoevaluación final: cierra con una reflexión individual escrita sobre aprendizajes, aportaciones personales y habilidades desarrolladas.

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Evidencia 1

Evidencia 1. Planeación operativa del evento

Objetivos

- Aplicar los conocimientos adquiridos sobre administración y logística de eventos.
- Elaborar un plan operativo completo para la organización de un evento realista.

Instrucciones

En esta etapa, se deberán aplicar los conocimientos de administración y organización de eventos. Se recomienda organizar el trabajo considerando los siguientes elementos:

1. **Tipo y nombre del evento.** Se debe identificar si el evento es social, empresarial, cultural, deportivo, institucional, entre otros (repásese la clasificación de eventos). Se sugiere otorgar un nombre creativo y representativo.
2. **Justificación del evento.** Debe explicarse por qué el evento resulta relevante, a quién va dirigido y qué se pretende lograr con él (considérese la lógica de los objetivos SMART y el análisis del entorno).
3. **Objetivos del evento.** Es necesario redactar de forma clara los objetivos generales y específicos. Deben considerarse los cambios o impactos que se desean lograr en los asistentes.
4. **Público meta.** Se debe describir con precisión a los asistentes: edad, intereses, necesidades, nivel socioeconómico, entre otras características. Puede utilizarse el apoyo de técnicas básicas de segmentación.
5. **Cronograma.** Se debe elaborar una línea de tiempo o lista con las etapas del evento, desde la preparación hasta la postproducción. Deben incluirse fechas clave y responsables.
6. **Presupuesto estimado.** Se debe definir un presupuesto tentativo. Es necesario desglosar los costos fijos y variables, e incluir honorarios, renta de espacios, alimentos y bebidas, logística, ambientación, entre otros conceptos.
7. **Contratación de servicios.** Deben enumerarse los proveedores requeridos: catering, sonido, seguridad, transporte, entre otros. Se debe justificar la elección y detallar lo que se solicitará a cada uno.
8. **Plan de montaje y ambientación.** Debe explicarse cómo se montará el evento (estructura física y decoración). Puede utilizarse un plano o croquis para ilustrarlo.
9. **Indicadores de éxito (KPIs).** Se deben establecer los criterios para medir el éxito del evento. Ejemplos: número de asistentes, satisfacción del cliente, ventas generadas, cobertura en medios, entre otros.

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Al concluir esta fase, se contará con una propuesta sólida y coherente para un evento viable. Es fundamental recordar que esta planeación constituye la base sobre la cual se desarrollarán las fases siguientes. Debes verificar que todos los elementos estén alineados entre sí (tipo de evento, objetivos, público y presupuesto).

La calidad de esta primera entrega definirá la dirección del resto del proyecto, por lo que se sugiere dedicar tiempo a revisar, justificar y detallar cada decisión como si se presentara este evento a un cliente real.

Criterios de evaluación

Realiza la entrega de tu avance con base en los criterios de evaluación de la rúbrica correspondiente.

Entregable

Documento digital en formato de presentación.

Evidencia 2

Evidencia 2. Comunicación y relaciones públicas

Objetivos

- Elaborar una estrategia de comunicación integral.
- Identificar a los públicos objetivo y seleccionar los medios adecuados.
- Anticipar riesgos y diseñar un plan de contingencia.

Instrucciones

Esta fase se enfoca en la forma de comunicar el evento y en cómo se establecerán relaciones con los medios, audiencias clave y voceros.

1. **Análisis de audiencias.** Se deben identificar todos los públicos relacionados con el evento (invitados, patrocinadores, medios, comunidad, entre otros). Se sugiere retomar la clasificación de públicos internos y externos.
2. **Objetivos de comunicación.** ¿Qué se desea lograr con la comunicación del evento? Ejemplos: generar expectativa, posicionar la marca, atraer público. Es importante usar objetivos medibles.

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

3. **Medios y herramientas de comunicación.** Deben elegirse los canales adecuados: redes sociales, boletines, medios tradicionales, ruedas de prensa, entre otros. Debe incluirse al menos una estrategia de difusión en medios digitales.
4. **Mensajes clave y vocero designado.** Se deben redactar los mensajes principales que deberán transmitir todos los materiales de comunicación. También se debe definir quién será el vocero del evento y justificar dicha elección.
5. **Actividades de promoción y cobertura. Se deben planear acciones concretas.** Envío de invitaciones, contacto con medios, influencers, lanzamientos previos, entre otras opciones. Se recomienda considerar acciones de relaciones públicas tradicionales y modernas.
6. **Plan de manejo de crisis.** Se deben prever posibles riesgos (clima, baja asistencia, fallas técnicas, entre otros) y plantear soluciones anticipadas. Este plan debe proteger la imagen pública del evento y de sus organizadores.

Esta etapa permitirá demostrar que el evento puede posicionarse de forma eficaz ante sus públicos clave. Debe recordarse que una buena estrategia de relaciones públicas no solo comunica, sino que construye vínculos y previene posibles crisis.

La clave consiste en anticiparse, ser claro en los mensajes y saber a quién decir qué. Se debe asegurar que cada parte de la estrategia esté conectada con los objetivos del evento y responda a las necesidades de la audiencia. No se debe olvidar la coherencia con lo planeado en la fase 1.

Criterios de evaluación

Realiza la entrega de tu avance con base en los criterios de evaluación de la rúbrica correspondiente.

Entregable

Documento digital en formato de presentación.

Evidencia 3

Evidencia 3. Protocolo y formalidad

Objetivo

Aplicar conocimientos de protocolo en eventos empresariales, sociales o gubernamentales.
Diseñar un guion ceremonial y plan de precedencias adecuado.

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Instrucciones

En esta etapa deberán aplicarse los conocimientos de ceremonial y protocolo para garantizar un evento formal, ordenado y respetuoso de las normas sociales o institucionales.

1. **Tipo de protocolo a aplicar:** debe definirse si se trata de un protocolo oficial, empresarial o social. Es necesario recordar los principios básicos del protocolo y su importancia según el tipo de evento.
2. **Orden del evento:** se debe diseñar la secuencia de actividades (recepción, inauguración, discursos, clausura, entre otras). Puede utilizarse un guion técnico o programa del evento.
3. **Guion ceremonial:** se redactará el guion que seguirá el maestro de ceremonias o el anfitrión. Este debe incluir saludos, nombres y cargos, orden de participación, agradecimientos, entre otros elementos.
4. **Acomodo de invitados:** deben establecerse las precedencias de autoridades o personas clave, y diseñarse la ubicación de los asistentes. Es posible utilizar esquemas o diagramas.
5. **Recomendaciones de etiqueta:** se deben señalar el código de vestimenta sugerido, el lenguaje corporal adecuado y otras normas de comportamiento. Debe explicarse cómo estos elementos favorecen la imagen del evento.
6. **Esquema de seguridad básico:** deben identificarse puntos de entrada y salida, zonas de emergencia, personal de seguridad, primeros auxilios y logística para imprevistos.

En esta fase, el enfoque estará en mantener la formalidad, el orden y la experiencia del asistente. El protocolo no representa un lujo, sino una herramienta para generar seguridad, respeto y fluidez durante el evento.

Debe asegurarse que todo lo planeado (el guion, el acomodo, los detalles visuales y de comportamiento) esté en armonía con el tipo de evento seleccionado. Cada decisión debe sustentarse en un motivo simbólico, social o funcional; esta fase refuerza la calidad profesional de la propuesta.

Criterios de evaluación

Realiza la entrega de tu avance con base en los criterios de evaluación de la rúbrica correspondiente.

Entregable

Documento digital en formato de presentación.

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Evidencia 4

Evidencia 4. Presentación e integración final

Objetivo

- Comunicar de forma clara y estructurada el proyecto.
- Defender la viabilidad y consistencia de la propuesta.
- Mostrar habilidades de comunicación oral y escrita.

Instrucciones

Esta etapa consiste en integrar todo lo anterior y presentarlo de manera profesional, clara y convincente.

1. **Elaboración de presentación ejecutiva:** resume lo más importante de cada fase. Utiliza recursos visuales (diapositivas, videos, esquemas, planos, etc.) para facilitar la comprensión del proyecto.
2. **Integración entre fases:** asegúrate de que haya coherencia lógica entre la planeación, la estrategia de relaciones públicas y el protocolo. Evita contradicciones o vacíos.
3. **Uso de herramientas digitales:** utiliza Canva, PowerPoint, Prezi u otra herramienta para organizar la información de forma visual y atractiva.
4. **Preparación para defensa oral:** practica tu presentación. Ensaya la forma de explicar tu propuesta, los argumentos detrás de tus decisiones, y prepárate para responder preguntas.
5. **Entrega del documento final:** entrega un archivo PDF con todo el proyecto integrado. Asegúrate de que esté ordenado, bien presentado y sin errores ortográficos.

Esta es la oportunidad de mostrar todo el trabajo realizado de forma integrada y profesional. La presentación debe reflejar no solo lo realizado, sino también el razonamiento detrás de cada parte del proyecto.

Se recomienda buscar impactar, convencer y demostrar que el evento es posible, bien planeado y ejecutable. Es importante tener presente que aquí se evaluará no solo el contenido, sino también la capacidad de comunicarlo y defenderlo ante otros.

Este es el cierre del certificado: debe otorgarse la importancia y el nivel que merece.

Criterios de evaluación

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Realiza la entrega de tu avance con base en los criterios de evaluación de la rúbrica correspondiente.

Entregable

- Presentación oral con apoyo visual (PowerPoint, Canva, Prezi, etcétera).
- Documento final en PDF que integre todas las fases del proyecto.

Rúbrica de evidencia 1

Unidades de competencia y criterios correspondientes		Valor	¿Cumple?	Puntaje
Elementos para el diseño				
1. Conceptualización del evento				
a.	Identifica el tipo de evento y asigna un nombre representativo y creativo.	5		
b.	*Justifica la relevancia del evento, su público objetivo y propósito conforme a los objetivos SMART.	15		
c.	Redacta objetivos generales y específicos de forma clara y coherente.	15		
2. Planeación estratégica				
d.	Describe con precisión el público meta aplicando segmentación básica.	10		
e.	*Diseña un cronograma con etapas clave, fechas y responsables.	10		
f.	*Elabora un presupuesto estimado desglosando costos fijos y variables.	10		
3. Logística y ambientación				
g.	*Identifica y justifica la contratación de servicios con proveedores relevantes.	10		
h.	Describe el plan de montaje y ambientación apoyado en plano o croquis.	10		
4. Evaluación del proyecto				
i.	*Establece indicadores de éxito (KPIs) alineados con los objetivos del evento.	15		

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Rúbrica de evidencia 2

Unidades de competencia y criterios correspondientes		Valor	¿Cumple?	Puntaje
Elementos para el diseño				
1. Análisis y diagnóstico estratégico				
a.	*Identifica a públicos internos y externos vinculados al evento.	10		
b.	Formula objetivos de comunicación claros, medibles y alineados con los objetivos del evento.	15		
2. Diseño de la estrategia comunicacional				
c.	Selecciona medios y herramientas de comunicación adecuados, incluyendo medios digitales.	15		
d.	*Redacta mensajes clave coherentes y asigna vocero con justificación clara.	15		
3. Ejecución táctica y promoción del evento				
e.	Planea actividades concretas de promoción y cobertura considerando medios e influencers.	15		
f.	Diseña un plan de manejo de crisis con riesgos identificados y respuestas anticipadas.	15		
4. Coherencia y alineación estratégica				
g.	*Asegura coherencia de toda la estrategia con lo planteado en la fase 1.	15		

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Rúbrica de evidencia 3

Unidades de competencia y criterios correspondientes		Valor	¿Cumple?	Puntaje
Elementos para el diseño				
1. Definición del protocolo				
a.	*Define correctamente el tipo de protocolo a aplicar según el evento.	15		
2. Planificación formal del evento				
d.	*Diseña el orden general del evento con actividades secuenciadas y formales.	15		
e.	Redacta el guion ceremonial con saludos, cargos, agradecimientos y secuencia de participación.	15		
3. Organización de asistentes e invitados				
g.	Establece acomodo y precedencia de invitados con apoyo visual claro.	15		
h.	Describe recomendaciones de etiqueta y explica su impacto en la imagen del evento.	15		
4. Seguridad y coherencia general				
i.	*Diseña un esquema básico de seguridad con zonas clave e imprevistos considerados.	15		
j.	*Garantiza la armonía entre el protocolo aplicado y el tipo de evento elegido.	10		

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Rúbrica de evidencia 4

Unidades de competencia y criterios correspondientes		Valor	¿Cumple?	Puntaje
Elementos para el diseño				
1. Síntesis y presentación ejecutiva				
a.	*Elabora una presentación ejecutiva que resume con claridad los elementos clave de cada fase.	20		
2. Coherencia y articulación general del proyecto				
b.	*Asegura coherencia lógica entre planeación, comunicación y protocolo.	20		
3. Uso de recursos digitales y diseño visual				
c.	Utiliza herramientas digitales de presentación de forma clara, atractiva y funcional.	15		
d.	Entrega un documento final (PDF) bien estructurado, sin errores y visualmente cuidado.	25		
4. Sustentación oral del proyecto				
e.	*Demuestra preparación para la defensa oral del proyecto, con dominio de los argumentos y respuestas.	20		

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.

DERECHOS RESERVADOS © UNIVERSIDAD TECMILENIO.