



GLOSARIO DE TÉRMINOS

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Prestación de servicios de organización a eventos

Código: HOT712_2

NIVEL: 2



Acción comercial: desarrollar y organizar los procesos necesarios para facilitar la venta de un producto.

Acción promocional: conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos como informar, persuadir o recordar al público objetivo los productos y/o servicios que se comercializan.

Acopiar: juntar, reunir en cantidad algo.

Área de acogida: zona concreta del evento en el que la organización recibe a los asistentes.

Briefing: documento informativo que brinda datos de utilidad para el desarrollo de una acción. Es un instructivo que sirve como punto de partida para una tarea. Estos informes sientan las bases para generar algún tipo de emprendimiento o campaña.

Cabinas (equipos de interpretación): cuarto o recinto aislado destinado a un uso determinado.

Cotejar: comparar y examinar una cosa para apreciar sus diferencias o semejanzas.

Credencial: documento que se entrega a un funcionario en que se notifica y acredita que ha sido nombrado para un cargo determinado y que puede tomar posesión de él.

Croquis: representación gráfica de un espacio que se hace a ojo y sin valerse de instrumentos de precisión.

Display: dispositivo de un aparato electrónico o pantalla donde se muestra visualmente cierta información.

Enara: expositor con estructura flexible utilizado en la sujeción de banner o cualquier tipo de publicidad mediante un sistema de tensado de una varilla.

EPI (Equipo de Protección Individual): cualquier equipo destinado a ser llevado o sujetado por el trabajador para que le proteja de uno o varios riesgos, que puedan amenazar su seguridad o su salud en el trabajo, así como cualquier complemento o accesorio destinado a tal fin.

Escaleta: esquema preparatorio de un guión.

Estand: caseta o puesto desmontable y provisional en el que se expone o se vende un producto en una feria o un mercado.

Feedback: capacidad de un emisor para recoger reacciones de los receptores y modificar su mensaje, de acuerdo con lo recogido.



Guardarropía: almacén o habitación donde se guardan estas prendas y accesorios.

Hoja de actividad: reúne los datos de las actividades a realizar durante el evento. Las actividades se organizan de manera lógica con todas las correcciones que se consideren necesarias.

Imagen corporativa: diseño o identidad visual que tiene el público de una empresa.

Logística: conjunto de los medios y operaciones necesarias para llevar a cabo un fin determinado de un proceso.

Marca: nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y la diferencia de los competidores.

Marketing: conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Material gráfico: herramientas utilizadas durante los eventos, con el objetivo de plasmar información.

Material promocional (Merchandising): es un proceso incluido en la estrategia de marketing que tiene como objetivo aumentar la rentabilidad del producto.

Mesero: en protocolo, se dice de un plano de la mesa en piel, que sirve como uno de los medios de indicación del protocolo que la organización de un evento utiliza para informar al invitado, antes de que acceda al comedor, del lugar que va a ocupar en la comida o cena. Este plano especifica la disposición de los comensales y es utilizado sólo para mesas rectangulares con un número reducido de invitados. Dispone de unas ranuras donde se colocan unas estrechas tarjetas rectangulares con los nombres de los comensales, en el mismo orden y posición que tendrán en la mesa.

MICE: reuniones, incentivos, congresos y exposiciones.

Ofimática: conjunto de técnicas y equipamiento hardware y software usado para crear, coleccionar, almacenar, manipular y transmitir digitalmente la información necesaria en una oficina para realizar tareas y lograr objetivos básicos. Las actividades básicas de un sistema ofimático comprenden el almacenamiento de datos en bruto, la transferencia electrónica de los mismos, la gestión de información electrónica relativa a una organización, la mecanografía, la elaboración de informes o la realización de gráficos y estadísticas sencillas, entre otras. La ofimática ayuda a optimizar o automatizar los procedimientos de trabajo existentes.

Proactividad: que toma activamente el control y decide qué hacer en cada momento, anticipándose a los acontecimientos.



Público objetivo (target): conjunto de personas o empresas que por sus características son considerados clientes óptimos para una empresa.

Público potencial: toda aquella persona que puede convertirse en determinado momento en comprador (el que compra un producto), usuario (el que usa un servicio) o consumidor (aquel que consume un producto o servicio), ya que presenta una serie de cualidades que lo hacen propenso a ello.

Rooming list: expresión anglosajona que se refiere al listado nominativo de las habitaciones de una empresa de alojamiento en el que se suelen detallar las circunstancias específicas en las que se encuentran cada una de ellas.

Sampling (degustación): práctica de Marketing que consiste en la distribución de una muestra del producto a un conjunto de potenciales consumidores.

Supeditar: hacer que una cosa dependa de otra o del cumplimiento de una condición.