

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Gestión de eventos corporativos

Familia Profesional:	Comercio y Marketing
Nivel:	3
Código:	COM731_3
Estado:	BOE
Publicación:	RD 43/2022

Competencia general

Supervisar y organizar eventos corporativos (reuniones, incentivos, convenciones, presentaciones de producto, eventos itinerantes (Road Shows), inauguraciones, seminarios, ferias, exposiciones -MICE- y acogida en el territorio), utilizando medios ofimáticos y comunicándose en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente, según el plan operativo de la empresa organizadora, teniendo en cuenta la planificación de la actividad preventiva, la protección del medioambiente y los estándares de calidad.

Unidades de competencia

- UC2450_3:** Gestionar diseños de eventos corporativos
- UC2451_3:** Coordinar acciones de la puesta en marcha de eventos corporativos
- UC2452_3:** Gestionar operaciones de cierre de eventos corporativos
- UC9999_3:** COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE (B1), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Entorno Profesional

Ámbito Profesional

Desarrolla su actividad profesional en el área de negocios dedicado a la organización de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones (MICE) y acogida en el territorio, en entidades de naturaleza pública o privada, empresas de cualquier tamaño con independencia de su forma jurídica, tanto por cuenta propia como ajena. Desarrolla su actividad dependiendo, en su caso, funcional y/o jerárquicamente de un superior, aunque ocasionalmente puede tener personal a su cargo. En el desarrollo de la actividad profesional se aplican los principios de accesibilidad universal y diseño universal o diseño para todas las personas de acuerdo con la normativa aplicable.

Sectores Productivos

Se ubica en el sector productivo de servicios, subsector turismo.

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Los términos de la siguiente relación de ocupaciones y puestos de trabajo se utilizan con carácter genérico y omnicomprendivo de mujeres y hombres.

- Gestores de eventos corporativos
- Técnicos o promotores de Oficina de Congresos y de empresas organizadoras u OPC (Organizadores profesionales de congresos)
- Planificadores de conferencias

- Responsables de departamento de relaciones públicas de ferias y eventos
- Responsables de departamento de eventos en entidades hoteleras
- Organizadores de conferencias y eventos
- Empleados de entidades organizadoras de ferias y eventos

Formación Asociada (630 horas)

Módulos Formativos

MF2450_3: Gestión de diseños de eventos corporativos (180 horas)

MF2451_3: Coordinación de acciones de puesta en marcha en eventos corporativos (180 horas)

MF2452_3: Gestión de operaciones de cierre en eventos corporativos (150 horas)

MF9999_3: COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE (B1), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL (120 horas)

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

Gestionar diseños de eventos corporativos

Nivel: 3

Código: UC2450_3

Estado: Tramitación BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Analizar el entorno corporativo y competitivo de la marca/empresa para alinear sus objetivos y los del evento (interno o externo), ofreciendo un servicio de calidad y valor añadido, ajustado a los parámetros de la entidad organizadora y las demandas del cliente.

CR1.1 El entorno corporativo y competitivo en el que opera la marca se analiza, relacionando a la empresa con su entorno, obteniendo las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la marca para predecir y asegurar el éxito de la acción.

CR1.2 Los objetivos y necesidades se analizan, obteniendo la información relativa al evento corporativo (interno o externo), en el documento (briefing), que reúne la propuesta, contexto y objetivos de la acción, para materializar la línea creativa y ofrecer un servicio de calidad.

CR1.3 La ubicación, el espacio, las salas y los proveedores que vayan a formar parte del evento se analizan, estudiando su propuesta de valor para asegurar una selección eficaz y su adecuación al evento corporativo (interno o externo), además de respeto a criterios medioambientales.

CR1.4 Las acciones de promoción comercial o institucional se analizan, definiendo los objetivos para asegurar la comunicación a través del evento corporativo (interno o externo).

CR1.5 Los proveedores del evento corporativo, interno o externo, como seguros y pólizas para la producción audiovisual y montaje, imprentas, decoración, mobiliario, audiovisuales, entre otros, se analizan, estudiando su infraestructura y capacidad de servicio para conocer su propuesta e incorporación en la planificación del mismo.

CR1.6 Los materiales de comunicación empleados en el evento corporativo, como creatividades, materiales publicitarios o digitales se analizan en conjunto con el equipo creativo, estudiando la calidad del mensaje, originalidad y su viabilidad en cuanto a producción para determinar la distribución en los canales de comunicación.

CR1.7 Los canales de comunicación, como redes sociales, plataformas de e-mail marketing, medios de comunicación, generales o sectoriales se analizan, valorando su audiencia, su capacidad de llegada al público objetivo y adecuación a la marca, con el objetivo de alcanzar la mayor difusión para el evento corporativo.

CR1.8 El grado de adaptación de los servicios previstos en la instalación donde se desarrolla el evento corporativo se analiza, en función de los potenciales requerimientos de la clientela, incluyendo adaptaciones para movilidad reducida, accesibilidad sensorial (auditiva y visual), entre otras, y de las características del entorno, proponiendo, si es preciso, alternativas que puedan mejorar las condiciones de usabilidad diseñadas por la entidad organizadora.

RP2: Determinar los objetivos del evento corporativo de acuerdo a los análisis previos hechos por la marca/empresa, ajustando las necesidades del cliente, para asegurar el éxito de la acción y ofrecer un servicio de calidad y valor añadido.

CR2.1 Los objetivos de comunicación del evento corporativo se definen, concretando indicadores clave de rendimiento que midan el grado de alcance entre el público asistente para asegurar la transmisión del mensaje.

CR2.2 Los eventos corporativos internos, como eventos de formación, seminarios, reuniones para crear equipo (Teambuilding), días de familia (Family Days), presentaciones de producto, viajes de incentivo, entre otros, con sus respectivos soportes y objetivos institucionales o de comunicación se definen, planificando la acción con el equipo de la marca/empresa para garantizar un servicio de calidad y cumplimiento de las demandas del cliente.

CR2.3 Los eventos corporativos externos, como presentaciones de producto, eventos institucionales, organización de ferias y exposiciones, activación de patrocinios, entre otros, con sus respectivos soportes y objetivos institucionales o de comunicación, se definen, planificando la acción con el equipo de la marca/empresa para garantizar un servicio de calidad y cumplimiento de las demandas del cliente.

CR2.4 Los indicadores clave de rendimiento o KPIs se definen, midiéndolos para obtener datos numéricos o porcentajes con el fin de asegurar el cumplimiento de los objetivos trazado por la marca/empresa organizadora del evento corporativo y la satisfacción del cliente.

RP3: Determinar la planificación y operativa de la acción o evento corporativo (interno o externo) de acuerdo a los objetivos trazados por la marca/empresa, coordinándose con el resto del equipo de trabajo para ofrecer un servicio de calidad y valor añadido.

CR3.1 El formato del evento corporativo, interno o externo, como las mesas redondas, conferencias, talleres, encuentros, ferias, encuentros de programadores (hackatón), entre otros, se determina, definiendo las necesidades de los distintos públicos (tales como, ponentes, moderadores, invitados), las posibilidades del espacio y planificando el contenido para asegurar la transmisión del mensaje de forma eficaz.

CR3.2 Los eventos corporativos, Internos o externos, con sus respectivos soportes y objetivos organizacionales o de comunicación se determinan, planificando la acción con el equipo de la marca/empresa para garantizar un servicio de calidad y el cumplimiento de las demandas del cliente.

CR3.3 El espacio o venue en el que se celebra el evento corporativo, interno o externo, se determina, valorando su capacidad, disponibilidad, originalidad, localización y seguridad para adecuarlo a las necesidades y objetivos del evento corporativo, integrando los componentes necesarios de decoración, catering, medios audiovisuales, entre otros.

CR3.4 El contenido del evento corporativo, interno o externo, como ponencias, espectáculos, exhibiciones, música o degustaciones, entre otros, se planifican en el documento denominado cronograma, determinando acciones específicas en tiempo y forma para marcar el ritmo del evento.

CR3.5 El montaje del evento corporativo, interno o externo se planifica, supervisando la acción entre los proveedores, como la decoración, el mobiliario, medios audiovisuales, imprenta, el catering, entre otros y el equipo de producción del evento, de forma que la coordinación se haga de manera eficaz y resolutive.

CR3.6 El personal destinado al evento corporativo, interno o externo, se determina obteniendo el número de técnicos y profesionales necesarios, como montadores, carpinteros, conductores,

azafatos, cocineros, camareros o técnicos audiovisuales, entre otros, y asignando sus roles y responsabilidades para asegurar coordinación antes, durante y después del evento.

CR3.7 Los parámetros de seguridad de todo el equipo interno y/o externo, y proveedores contratados se determina, cumpliendo el plan de prevención de riesgos laborales en función del tipo de evento y de la actividad a realizar.

CR3.8 La planificación del evento se recoge en el plan de producción, obteniendo el documento de gestión "libro de producción" con el fin de que sirva de guía durante todo el proceso.

RP4: Cuantificar la propuesta económica, determinando la estrategia de rentabilidades del evento corporativo (interno o externo), para garantizar el cumplimiento de los objetivos trazados por la marca/empresa.

CR4.1 La propuesta económica se calcula, solicitando el presupuesto individual de las partidas necesarias para la ejecución del evento, como el material de producción, mobiliario, catering, audiovisuales, espacios o personal entre otras, y sumándolo con el objetivo de obtener el dato de inversión.

CR4.2 Los presupuestos definitivos se revisan con los proveedores, cotejando la verosimilitud, exactitud y adecuación a lo solicitado y las posibles desviaciones con el objetivo de asegurar y optimizar la inversión efectuada en el evento.

CR4.3 El beneficio del evento corporativo se mide, obteniendo el precio de las diferentes partidas, entre los que se encuentran los costes fijos y variables e internos y externos del evento, y a los que se suma el beneficio industrial para asegurar la inversión.

CR4.4 La estrategia de rentabilidad del evento corporativo se desarrolla, optimizando costes variables, negociando tarifas y rappels con proveedores, planificando la estrategia de compras e inversiones, reduciendo costes fijos y variables para mejorar la rentabilidad del evento.

RP5: Definir las acciones de formación para los perfiles de personal logístico prestatario de servicios en eventos corporativos internos o externos, determinando los parámetros requeridos por la empresa y clientes.

CR5.1 La propuesta de formación se define, estableciendo los materiales necesarios, como el cronograma interno del evento que rige en tiempo y forma las responsabilidades de cada rol implicado con el fin de asegurar su funcionamiento.

CR5.2 La formación específica del personal de producción y logístico se define, alineándola con la imagen del evento con el objetivo de reforzarla durante su comunicación con el público y consultando las dudas a la persona responsable para garantizar el cumplimiento del mismo y la satisfacción del cliente.

CR5.3 Los materiales de trabajo de cada uno de los implicados como azafatos, personal de atención al público, técnicos audiovisuales, regidores, entre otros, se revisan, coordinando su relación para garantizar la acción y definición de roles.

CR5.4 El plan de formación se implanta, determinando las necesidades formativas, diseñando el plan de formación y los materiales necesarios, como el plan de comunicación del evento, el documento de regiduría o el programa y cronograma entre otros, y distribuyéndolo entre el personal asignado para garantizar su conocimiento y competencias profesionales.

CR5.5 Los ensayos generales del personal implicado en el evento corporativo, interno o externo se practican, repasando contenidos, tiempos y formas, para asegurar el ritmo y el éxito de la acción.

RP6: Definir los canales de distribución de acciones de eventos corporativos (internos o externos), potenciando la imagen de la empresa organizadora, para asegurar el

cumplimiento de los objetivos cualitativos y cuantitativos fijados y la satisfacción del cliente.

CR6.1 El plan de comunicación del evento corporativo, interno o externo se define, estableciendo un diálogo eficiente entre la marca, el producto o servicio y su público objetivo, optimizando canales y audiencias para maximizar el impacto.

CR6.2 El listado de canales se selecciona en función de tipo de evento corporativo, valorando la relación entre canal de distribución, y cliente objetivo.

CR6.3 El producto susceptible de la acción de evento corporativo se adapta al canal de distribución seleccionado, utilizando las herramientas de mercado, para garantizar el cumplimiento del objetivo de la marca y/o empresa organizadora.

CR6.4 Los objetivos generales de comunicación, su estrategia y posibles escenarios, el mapa de audiencias, la narrativa y el concepto creativo, así como del plan de acciones se diseña, ajustándolos a criterios de calidad de la marca y/o empresa organizadora, para asegurar la difusión y la comunicación del evento corporativo.

CR6.5 El producto o servicio susceptible de la acción del evento corporativo, interno o externo, se adapta al canal de distribución seleccionado, como medios de comunicación y prensa, acciones exteriores o digitales en redes sociales entre otras, utilizando las herramientas de mercado como la publicidad o el patrocinio, para garantizar el cumplimiento del objetivo de la marca y/o empresa organizadora.

CR6.6 El diseño del producto o acción corporativa se ajusta a los valores e imagen de marca y/o empresa organizadora, asegurando la coherencia de la proyección empresarial y la comunicación estratégica como marca.

CR6.7 El retorno de la divulgación y promoción de las acciones de la marca y/o empresa organizadora, se monitoriza/monetiza, evaluando la efectividad de los canales de distribución seleccionados, con objeto de conseguir el cumplimiento de objetivos de la misma.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores portátiles con conexión a Internet, teléfonos móviles, agenda electrónica, calculadora, escalímetro, planos del espacio y de la distribución de los elementos. Escaleta del evento, guion, discursos y locuciones. Elementos de comunicación digital: Gestores de contenidos (CMS), aplicaciones web, aplicaciones y sistemas de gestión y medición para redes sociales. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información: instalaciones telemáticas, soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Programas (entornos de usuario): bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet. Canales de contacto con el cliente: telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales.

Productos y resultados

Entorno corporativo y competitivo de la marca/empresa analizado. Objetivos del evento corporativo determinado. Planificación y operativa de la acción o evento corporativo interno o externo determinado. Propuesta económica cuantificada. Acciones de formación definidas. Canales de distribución de acciones de eventos corporativos (PLV) definidos.

Información utilizada o generada

Plan estratégico corporativo y competitivo de la empresa. Plan de comunicación. Estrategia digital. Plan de marketing. Cuadro de mando. Programas y cronogramas. Planes de formación. Ley de Protección de

Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Normativa relativa a protección medioambiental y a la planificación de la actividad preventiva. Normativa específica (en la ejecución de eventos sostenibles). Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normas internas de trabajo (procedimientos, directrices y protocolos, métodos de trabajo, reglamento interno de trabajo, entre otros). Normas externas de trabajo (manual del fabricante del material alquilado entre otros). Estándares de calidad internos marcados por la empresa y por el cliente. Normas sobre las condiciones de entrega de las mercancías y de la prevención de riesgos y EPI en los lugares de los eventos.

UNIDAD DE COMPETENCIA 2

Coordinar acciones de la puesta en marcha de eventos corporativos

Nivel: 3

Código: UC2451_3

Estado: Tramitación BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Gestionar la coordinación de los proveedores subcontratados y/o equipo interno del evento corporativo (interno o externo), para transmitir parámetros de dinamización, asegurando el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

CR1.1 Los proveedores subcontratados y/o equipo interno se coordinan, determinando líneas temporales de ejecución según características del evento corporativo, para asegurar el cumplimiento y calidad de los objetivos fijados por la empresa organizadora y acordados con el cliente.

CR1.2 Los parámetros de dinamización de eventos corporativos se coordinan, supervisando el orden de sucesión de acontecimientos, teniendo en cuenta la inmediata necesidad de que un material, producto o servicio estén montados de manera previa a otros que necesitan del anterior para soportarse o instalarse.

CR1.3 Los proveedores subcontratados se coordinan con el equipo interno, garantizando el cumplimiento de esos parámetros de dinamización siempre en base al cumplimiento de los objetivos de la empresa, tanto de imagen, como comerciales, atendiendo siempre a los particulares objetivos de cada tipología de evento.

CR1.4 La comunicación con los responsables del espacio donde suceda el evento se coordina, de manera clara, eficaz y segura, garantizando el desarrollo profesional del resto de proveedores subcontratados y personal interno con objeto de montar y ejecutar el evento de manera segura.

CR1.5 El proveedor externo o responsable interno de prevención de riesgos laborales se coordina, incluyendo medidas específicas sanitarias en función del evento, para garantizar el desarrollo profesional del resto de proveedores subcontratados y personal interno que deba montar y ejecutar el evento.

RP2: Coordinar el montaje, composición, disposición y/o visibilidad del material gráfico / promocional de la acción comercial en el espacio asignado o punto estratégico, en función de las indicaciones del libro de producción acordado con el responsable del evento, para contribuir a la consecución de los objetivos del evento corporativo (interno o externo).

CR2.1 El material gráfico como carteles, direccionales, expositores, stand, material de Publicidad en el Lugar de Venta -PLV-, área de hospitalidad, entre otros se coordina, posicionando, según el espacio disponible donde se desarrolla la acción (reuniones, incentivos, congresos y exposiciones -MICE- o áreas donde se practica la acogida territorial, entre otros-), cotejando su estado de uso, cantidad y visibilidad requerida por la imagen de marca.

CR2.2 La disposición del material gráfico como carteles, direccionales, expositores, stand, material de Publicidad en el Lugar de Venta -PLV-, área de hospitalidad, entre otros, se gestiona, garantizando el cumplimiento de los parámetros de seguridad.

CR2.3 El material gráfico como carteles, direccionales, expositores, stand, material de Publicidad en el Lugar de Venta -PLV-, área de hospitalidad, entre otros, se asegura, garantizando la integridad y conservación del mismo para su uso durante el evento y posibles usos posteriores.

CR2.4 El material gráfico como carteles, direccionales, expositores, stand, material de Publicidad en el Lugar de Venta -PLV-, área de hospitalidad, entre otros, se coloca, atendiendo a las necesidades de direccionamiento de los invitados, personalización de los espacios que se utilizarán durante el evento y necesidad de resaltar unas zonas específicas, siempre de acuerdo a lo reflejado en el cuaderno de producción.

RP3: Coordinar el montaje, composición, disposición y/o visibilidad del escenario, el equipo audiovisual y las butacas, sillas o lugares donde se ubicarán los asistentes al evento, en el espacio asignado o punto estratégico, en función de las indicaciones del libro de producción acordado con el responsable del evento, para contribuir a la consecución de los objetivos del evento corporativo interno o externo.

CR3.1 La disposición y ubicación del escenario se coordina, posicionando, según el espacio disponible donde se desarrolla la acción, o la previa colocación de las sillas, butacas, asientos o lugares, y los asistentes al evento, verificando su estado de uso, visibilidad y aspecto estético para garantizar el cumplimiento de los parámetros marcados en el libro de producción y acordado con el responsable del evento.

CR3.2 El equipo audiovisual del escenario se posiciona, atendiendo a las necesidades de sonorización, visualización e iluminación de los acontecimientos y sobre otras áreas donde trascorra el evento, con el fin de asegurar el cumplimiento del libro de producción y seguridad del evento.

CR3.3 Las sillas, butacas, asientos o lugares donde se ubican los asistentes, se posicionan, atendiendo a las necesidades de visibilidad del escenario y otros elementos, y a las especiales características que deban cumplir, para garantizar el cumplimiento de los objetivos y seguridad de la acción.

CR3.4 Las acciones de seguridad e integridad en el montaje del espacio como escenario, equipo audiovisual, butacas, sillas, entre otros, se verifican atendiendo a su cumplimiento y comprobación, para garantizar el cumplimiento de la normativa sobre prevención de riesgos laborales.

CR3.5 El grado de adaptación de los servicios previstos en la instalación donde se desarrolla el evento corporativo se analiza, en función de los potenciales requerimientos de la clientela, incluyendo adaptaciones para movilidad reducida, accesibilidad sensorial (auditiva y visual), entre otras, y de las características del entorno, proponiendo, si es preciso, alternativas que puedan mejorar las condiciones de usabilidad diseñadas por la entidad organizadora.

RP4: Supervisar la coordinación del equipo interno y/o externo, (asistentes, técnicos, azafatos, seguridad, sanitarios, artistas, entre otros) y de los materiales entregables (give-aways) en función de los servicios contratados por el cliente y los objetivos de la empresa organizadora antes y durante el evento (interno o externo).

CR4.1 El protocolo del libro de producción se supervisa, coordinando con el equipo interno y/o externo parámetros de comunicación con el cliente (cordialidad, iniciativa, simpatía, sonrisa, expresión positiva y sensibilidad), comunicándose si es necesario, en una lengua extranjera con un nivel de usuario independiente, para garantizar demandas y cumplimiento de calidad de la empresa organizadora.

CR4.2 La uniformidad antes del inicio y durante el evento del personal técnico, sanitario y de seguridad se supervisa, garantizando que todos estén vestidos, aseados, mental y físicamente preparados y situados en su posición de operación, garantizando que una vez iniciado el mismo, todo transcurra según las indicaciones de la escaleta acordadas con el cliente.

CR4.3 Los materiales de oficina, para dinámicas de grupo, como regalos promocionales, entre otros, se posicionan en las zonas indicadas en el manual de producción para su utilización o recogida por asistentes al evento o personal de operaciones del evento.

CR4.4 La posición del personal artístico, ponentes y cualquier otro que intervenga ante los asistentes durante el transcurso del evento se supervisa, de acuerdo a los parámetros establecidos desde el punto de vista estético, artístico, científico, entre otros, siguiendo la labor que vaya a desempeñar en ese escenario o puesto de relevancia de cara a los asistentes al evento corporativo.

CR4.5 La comunicación de las instrucciones del personal contratado se gestiona, transmitiendo las especificaciones marcadas por el libro de producción, la escaleta y acuerdos adoptados por la empresa organizadora con el cliente, con el fin del cumplimiento de las mismas y calidad del servicio prestado.

RP5: Coordinar la salida de invitados y adecuación a tiempos de desmontaje en función de los servicios contratados por el cliente y los objetivos de la empresa organizadora durante el evento (interno o externo), para garantizar el cumplimiento de los parámetros de seguridad y control fijados por la empresa.

CR5.1 Las áreas de salida de los asistentes al evento corporativo se coordinan, supervisando su adaptación para garantizar seguridad e integridad durante la salida del recinto o espacio una vez concluido la acción.

CR5.2 La posición del personal y material previsto en el libro de producción y escaleta del evento corporativo se coordina, supervisando la acción para garantizar los parámetros de calidad y seguridad del evento corporativo.

CR5.3 Las tareas de desmontaje, citación y orden del personal durante la finalización del evento corporativo se coordinan, atendiendo a los criterios establecidos en la documentación pactada entre la empresa organizadora del evento y el cliente.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores portátiles con conexión a Internet, teléfonos móviles, agenda electrónica, calculadora, eclímetro, medidor laser, walkies talkies, uniforme de personalización del personal, equipos de protección individual (EPI) para trabajos de montaje y gestión sanitaria, planos del espacio y de la distribución de los elementos. Cuaderno de producción. Escaleta del evento, guion y discursos y locuciones. Descripción de todo el material que trae cada proveedor y datos de contacto del mismo. Plan de montaje con horarios de carga y descarga y todos los datos adicionales necesarios como matrículas de los transportes y teléfonos de contacto. Elementos informáticos periféricos de salida y entrada de información: conexión portátil y/o dedicada a internet, soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Programas (entornos de usuario): bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Internet, Intranet,

herramientas de seguridad en Internet. Canales de contacto con el cliente: telefonía, e-mail, SMS, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales.

Productos y resultados

Coordinación de los proveedores subcontratados y/o equipo interno del evento corporativo interno o externo, gestionada. Montaje, composición, disposición y/o visibilidad del material gráfico / promocional de la acción comercial coordinado. Montaje, composición, disposición y/o visibilidad del escenario, el equipo audiovisual y las butacas, sillas o lugares donde se ubicarán los asistentes al evento, coordinado. Coordinación del equipo interno y/o externo, (asistentes, técnicos, azafatos, seguridad, sanitarios, artistas, entre otros) y de material entregable (give-aways) supervisado. Salida de clientes y desmontaje coordinado.

Información utilizada o generada

Libro de producción, planos y diseños para implementar el evento. Diseños de señalética y gráfica, Planos de colocación de señalética. Listado de asistentes. Listado de contactos de proveedores y personal interno. Listado de contactos de emergencia. Escaleta del evento. Plano de ubicación de personal. Escaleta de montaje. Guiones de los intervinientes. Libro de disposición de invitados (seating). Libro de protocolo con ubicaciones y atenciones especiales. Libro de memorias de iluminación. Libro de regiduría del evento. Planos de ubicación de elementos audiovisuales. Listados de menús de servicios de catering. Listados con las necesidades especiales de alimentación. Listado con inventario de los materiales a entregar durante el evento (give-aways). Listado de tareas a realizar y responsable de las mismas. Listado de asistentes. Libro de comentarios sobre el evento. Libro de tareas completadas. Escaleta con tiempos reales de ejecución del evento. Libro de incidencias del evento. Libro de reclamaciones. Listado de objetos perdidos y encontrados.

UNIDAD DE COMPETENCIA 3

Gestionar operaciones de cierre de eventos corporativos

Nivel: 3

Código: UC2452_3

Estado: Tramitación BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Gestionar las acciones de desmontaje y finalización del evento corporativo interno o externo, cumpliendo con los parámetros de seguridad y dinamización, para asegurar los objetivos de la empresa e integridad del servicio proporcionado al cliente.

CR1.1 El desmontaje de los aspectos físicos del evento se ejecuta, siguiendo los parámetros de prioridades en cascada, comenzando por lo más voluminoso y lo que requiere una mayor intervención de personal, material y maquinaria de desmontaje como objetos audiovisuales, enseres gráficos y carpintería y el mobiliario, entre otros, respetando franjas horarias para escalonar el desmontaje, agilizando la presencia de montadores y personal auxiliar para espacios de carga y descarga como muelles o zonas destinadas a dicho propósito.

CR1.2 Los materiales y utensilios como material audiovisual, la producción gráfica, la carpintería, moquetas, entre otros se desmontan, gestionando la integridad de los mismos para comprobar con los proveedores el cumplimiento del servicio contratado.

CR1.3 La recogida del material propio se asegura, gestionando con el personal auxiliar su desmontaje y transporte a proveedores contratados, oficinas propias, almacenes, para garantizar su integridad y utilización en futuras acciones.

CR1.4 El espacio de desarrollo de las acciones del evento corporativo como auditorios, espacios singulares, palacios de congresos, entre otros, se comprueba, asegurando la integridad de los mismos y la ausencia de desperfectos, estando lo más cercano a su estado original posible.

CR1.5 El documento esquemático en formato Check list se rellena, comprobando el cumplimiento de los parámetros del desmontaje como personas que se encargan de cada aspecto, proveedores deben acudir franjas horarias de desmontaje por prioridades, documentos de acreditación del personal de proveedores así como matrículas de los camiones de carga y descarga, listados del material alquilado de cada proveedor y datos de contacto de los responsables, entre otros, para garantizar un control y seguridad de la acción.

CR1.6 La información de desarrollo del cumplimiento del evento se gestiona, cotejándolo, posteriormente, siguiendo el documento y entrevistándose con todos los proveedores, jefes de equipo del evento y cliente con el fin de obtener una visión completa del mismo para posterior evaluación.

CR1.7 El grado de satisfacción del cliente se confirma, a través de entrevistas personales, cuestionarios y formularios, entre otros, atendiendo a los parámetros de calidad que ofrece la marca/empresa organizadora y producto contratado.

RP2: Gestionar las acciones del cierre económico y desviaciones de los mismos con los proveedores y terceros subcontratados e implicados en el evento corporativo con el fin de obtener un presupuesto final cerrado, revisado y aprobado.

CR2.1 Los presupuestos definitivos y desviaciones producidas se revisan con los proveedores, cotejando la verosimilitud, exactitud y adecuación a lo solicitado y las posibles variaciones ocurridas, ya sea con aprobación de la persona responsable o del propio cliente, para garantizar un presupuesto real y exacto.

CR2.2 Las desviaciones producidas se revisan con los equipos responsables, estudiando causas y adecuación a situaciones como falta de planificación, imprevisto o solicitud del cliente, entre otros y poder en su caso derivarlas a costes de cliente o a costes propios, para ajustar presupuestos.

CR2.3 Las acciones de cobro de factura se gestionan con cada proveedor, comprobando datos, con el fin de cerrar el expediente y asegurar el pago.

CR2.4 Los datos y contactos de cada proveedor se facilitan al departamento administrativo, garantizando la corrección de los datos de facturación y de la persona receptora de manera que se agilice y facilite la gestión de los mismos.

CR2.5 Los datos de presupuestos de proveedores y terceros se redactan, resumiendo la información a: presupuesto inicial y final, desviaciones y rápeles por volumen o descuentos aplicados de manera que posteriormente se pueda analizar la adecuación de la acción de compra y ahorro en el expediente de estudio de la rentabilidad del evento.

RP3: Gestionar las acciones de cierre de presupuestos finales y desviaciones de los mismos con el cliente, a través del envío de dichos presupuestos y la posterior reunión de análisis, con el fin de obtener un presupuesto final cerrado, revisado y aprobado.

CR3.1 El presupuesto definitivo con las desviaciones estudiadas y aprobadas con los proveedores se presenta al cliente, mediante herramientas de comunicación decididas en conjunto que suele convenir en el adelanto del presupuesto en el programa de cálculo Excel por email para su estudio previo por parte del cliente y gestionando una posterior reunión para debatir diferencias y consolidar su aprobación.

CR3.2 Los márgenes establecidos por la empresa y su adaptación de presupuesto con el cliente, se evalúan, determinando tipo de adaptación a presupuesto final en función de precio de proveedores, horas extras, personal, entre otros, para garantizar la rentabilidad del evento y satisfacción del cliente.

CR3.3 La forma de pago de la factura se negocia, coordinándola con el departamento de administración, disponibilidad de liquidez del cliente y necesidades de pago a terceros como proveedores entre otros para garantizar la eficacia en el cobro y satisfacción de los implicados.

CR3.4 El cobro de la factura por los servicios prestados en el evento al cliente, se gestiona, garantizando la corrección de los datos de facturación y de la persona receptora, facilitando el pago de la misma.

CR3.5 El análisis cuantitativo del presupuesto final, sus desviaciones, márgenes, distribuciones de costes y beneficios se gestiona, adecuándolo a las estrategias de márgenes y de inversión de la marca/empresa.

RP4: Evaluar los servicios prestados, mediante métodos estandarizados, tales como entrevistas, sondeos, cuestionarios o preguntas dirigidas, entre otros, para valorar la efectividad de los mismos y aplicar la retroalimentación para la mejora de futuras acciones.

CR4.1 La información referente al evento y sus incidencias con el equipo, los proveedores y el cliente, se recoge, mediante entrevistas, sondeos, cuestionarios o preguntas dirigidas, entre otros, analizando el proceso para mejorar futuras acciones de eventos corporativos.

CR4.2 La consecución de los objetivos se comprueba, con documentos de apoyo, formularios, entre otros, comprobando la integridad de los mismos y la satisfacción del cliente.

CR4.3 Las evaluaciones recogidas mediante métodos estandarizados se evalúan cualitativa y cuantitativamente, segmentando la información según el servicio prestado.

CR4.4 Los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos se redactan, utilizando los resultados de las herramientas fijadas para el análisis de diseños y actuaciones comerciales, que incrementen la calidad del servicio prestado, mejora de imagen de la empresa organizadora y ofertas atractivas para clientes.

CR4.5 La información obtenida como resultado de la evaluación de la actividad se analiza en reuniones internas y/o con el cliente, mediante memorias periódicas desarrolladas según las técnicas de recopilación, sistematización, archivo y actualización de la información obtenida, entre otras, para orientar la mejora continua de las actividades posteriores de eventos corporativos.

CR4.6 Los datos obtenidos por estos medios se destinan al análisis del ROI (Return On Investment) para el cliente, analizando aspectos como la satisfacción del asistente, la fidelización o la implementación del mensaje.

RP5: Aplicar herramientas de comunicación y evaluación, diseñadas por la empresa organizadora del evento corporativo interno o externo a través de correos electrónicos, relación en redes sociales, correo físico y otras metodologías tecnológicas como los pen-drive o canales en la nube, para garantizar la continuidad de relación con el cliente, y de su fidelización.

CR5.1 La planificación estratégica posterior al evento de la empresa organizadora se evalúa, utilizando las herramientas diseñadas para tal fin, con objeto de garantizar el cumplimiento y objetivo de la marca, así como la imagen de la misma y fidelización y/o captación de clientes.

CR5.2 Las comunicaciones personalizadas, como videos resumen, fotos, entre otros se envían mediante herramientas informáticas generadas para el evento que usan gestores de envíos masivos, así como estructuras de envíos personalizados para garantizar la relevancia del mensaje transmitido y la capacidad de vinculación de los clientes con la marca, engagement.

CR5.3 La comunicación a lo largo del tiempo se planifica, uniendo los datos a la herramienta de gestión de relaciones con clientes (CRM) de la empresa con los datos obtenidos en el evento como quienes se han interesado por un producto, quienes han visitado un stand o quienes han solicitado información adicional, entre otros, para proporcionar la fidelización y satisfacción del cliente con acciones planificadas y enfocadas, estacionales y especiales.

CR5.4 La información obtenida como resultado de la evaluación de la actividad se transmite al cliente, mediante memorias de evaluación periódicas desarrolladas según las técnicas de recopilación y sistematización.

CR5.5 Los informes valorativos de datos cualitativos y cuantitativos se redactan, utilizando los resultados de las herramientas fijadas para el análisis de diseños y actuaciones comerciales, que incrementen la calidad del servicio prestados.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores portátiles con conexión a Internet, teléfonos móviles, agenda electrónica, calculadora, escalímetro, planos del espacio y de la distribución de los elementos. Escaleta del evento, guion y discursos y locuciones. Descripción de todo el material que trae cada proveedor y datos de contacto del mismo. Plan de desmontaje con horarios de carga y descarga y todos los datos adicionales necesarios como matrículas de los transportes y teléfonos de contacto. Elementos informáticos

periféricos de salida y entrada de información: instalaciones telemáticas, soportes y materiales de archivo. Material de oficina. Programas (entornos de usuario): bases de datos, procesadores de textos, hojas de cálculo, aplicaciones de gestión de correo electrónico, navegadores de Internet, Internet, Intranet, herramientas de seguridad en Internet. Canales de contacto con el cliente: telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, website, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales.

Productos y resultados

Acciones de desmontaje y finalización de evento corporativo interno o externo, gestionadas. Acciones de cierre de presupuestos y desviaciones de los mismos con los proveedores implicados en el evento corporativo, gestionadas. Acciones de cierre de presupuestos y desviaciones de los mismos con el cliente gestionadas. Servicios prestados, mediante métodos estandarizados evaluados. Herramientas de comunicación y evaluación aplicadas.

Información utilizada o generada

Normativa aplicable de protección de datos de carácter personal. Normativa relativa a protección medioambiental y a la planificación de la actividad preventiva. Normativa específica (en la ejecución de eventos sostenibles). Normativa de prevención de riesgos laborales (montaje y desmontaje de construcciones efímeras y trabajos en altura). Normas internas de trabajo (procedimientos, directrices y protocolos, métodos de trabajo, reglamento interno de trabajo, entre otros). Normas externas de trabajo (manual del fabricante del material alquilado entre otros). Estándares de calidad internos marcados por la empresa y por el cliente. Normas sobre las condiciones de entrega de las mercancías y de la prevención de riesgos y EPI en los lugares de los eventos.

UNIDAD DE COMPETENCIA 4

COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE (B1), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel: 3
Código: UC9999_3
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar la información oral en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, en el ámbito de especialización o de interés laboral/profesional, participando activamente a fin de identificar sus necesidades y garantizar servicio.

CR1.1 Las ideas e información, se interpretan con precisión, requiriendo en su caso, obviar ruidos de fondo, realizando las precisiones oportunas por el acento del interlocutor para su completa comprensión.

CR1.2 Las líneas generales de la información transmitida en un lenguaje técnico en diversos contextos, se interpretan en un contexto informal o institucional, con corrección y sin dificultad.

CR1.3 Las instrucciones, advertencias y consejos no protocolarios del ámbito de especialización, se interpretan con precisión intercambiando información y sobre el tema a tratar.

CR1.4 Las grabaciones y las llamadas telefónicas realizadas en sus actividades profesionales se interpretan, identificando el contenido de la información, así como los puntos de vista de los interlocutores.

CR1.5 La información transmitida por medios audiovisuales técnicos -vídeos, CD, DVD, u otros-, se interpretan discriminando patrones sonoros, acentuales, rítmicos y de entonación de uso común o específicos del medio.

RP2: Interpretar la información contenida de documentos escritos, en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, organizados y lingüísticamente complejos, identificando su grado de importancia y demostrando autonomía, a fin de efectuar las actividades de gestión y comunicación propias o requeridas en el ámbito profesional.

CR2.1 La relevancia de una información escrita, contenida en materiales de uso cotidiano en la actividad profesional, se identifica demostrando con rapidez, fluidez y permitiendo decidir su explotación o su descarte.

CR2.2 Los informes y la correspondencia, en lengua inglesa y no estándar, se interpretan con autonomía, comprendiendo su contenido.

CR2.3 La información contenida en las diversas fuentes especializadas se recopilan, identificando opiniones e ideas, manejando el vocabulario específico de los distintos soportes, reutilizándolos con posterioridad.

CR2.4 Las informaciones relevantes contenidas en un texto largo, tanto de carácter general como específico, se sintetizan extrayendo la información, ideas y opiniones, reutilizándolos con posterioridad.

CR2.5 El acceso a las fuentes de información se realiza de forma periódica (diaria, semanal, quincenal u otros) detectando y extractando la información profesional clave actualizada que afecte al campo de especialización.

CR2.6 Las instrucciones sobre procedimientos del campo de especialización se interpretan, comprendiendo detalles sobre condiciones, procesos o avisos, utilizando en su caso, segundas lecturas en las secciones más técnicas.

CR2.7 La documentación producida por los clientes y/o usuarios referentes a la valoración de los servicios recibidos, tales como sugerencias, consultas, quejas o reclamaciones, se interpretan satisfactoriamente, extrayendo la información, ideas y opiniones, captando su contenido con precisión.

CR2.8 Las dificultades en la comprensión de textos complejos se solventan con segundas lecturas, utilizando criterios de contextualización y de coherencia y en su caso, diccionarios o herramientas de traducción.

CR2.9 Los textos de muy alta complejidad o de ámbitos muy especializados, se transmiten a las personas competentes dentro o fuera de la organización, siguiendo los procedimientos internos establecidos asegurando la coherencia y congruencia de la traducción.

RP3: Transmitir información oral, en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, a clientes y/o usuarios, con fluidez y espontaneidad, a través de presentaciones orales, telemáticas u otros soportes, aplicando las normas de cortesía y a fin de llevar a cabo las gestiones de comunicación requeridas.

CR3.1 La información a transmitir en reuniones, jornadas técnicas o exposiciones orales, presenciales o telemáticas, se planifica con antelación, valorando los efectos que van a causar en los clientes, usuarios o público al que va dirigido.

CR3.2 Las intervenciones orales en presentaciones, demostraciones, comunicados públicos u otras situaciones, se realizan de forma clara, espontánea y fluida, utilizando el nivel de exposición, argumentación, persuasión, adecuados al interlocutor.

CR3.3 Las narraciones complejas y descripciones se realizan con una entonación adecuada, estructurando de forma clara y detallada, tratando los asuntos apropiados y, en su caso, fijando las conclusiones oportunas, utilizando grabadoras si la complejidad de la situación lo exige.

RP4: Redactar textos claros, detallados y en cualquier soporte en lengua inglesa, relacionados con el campo de especialidad, extractando y describiendo de manera coherente, a fin de generar la documentación de su área de actuación profesional.

CR4.1 La documentación se redacta con corrección, resaltando los aspectos relevantes, argumentando de manera sistemática, distinguiendo los detalles necesarios y usando un vocabulario técnico adecuado.

CR4.2 Las respuestas a solicitudes de información, se redactan utilizando un lenguaje apropiado, mostrando al interlocutor la información solicitada, formulando una respuesta adecuada y permitiendo que la persona demandante se sienta atendida.

CR4.3 La comunicación activa con clientes a través de medios escritos postales, fax o correo electrónico, se mantiene con los clientes transmitiendo grados de emoción, enfatizando la relevancia personal de acontecimientos y comentando las noticias y opiniones de su interlocutor.

CR4.4 La estructura de los modelos de documentos oficiales y el lenguaje preciso en el ámbito profesional, se utilizan con detalle y claridad, de manera sistemática y resaltando los aspectos relevantes.

CR4.5 Las informaciones procedentes de fuentes diversas -revistas, folletos, Internet, u otros- sobre asuntos rutinarios y no rutinarios, se resumen con fiabilidad, utilizando las palabras y la ordenación de los textos originales, generando textos breves y sencillos en un formato convencional.

CR4.6 Los documentos producidos para los clientes y/o usuarios, se redactan considerando las características socioculturales del destinatario y el contexto en el que se produce la comunicación.

CR4.7 El lenguaje abreviado en las comunicaciones digitales, se emplea con precisión agilizando las comunicaciones telemáticas en foros, chat, SMS, u otros.

RP5: Comunicarse oralmente, en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, con clientes y/o usuarios con fluidez y espontaneidad, interactuando activamente, a fin de llevar a cabo las actividades de asesoramiento, atención y resolución de posibles conflictos e incidencias.

CR5.1 Los aspectos destacados de una situación de asesoramiento oral, mantenida entre dos o más personas nativas, empleando un lenguaje estándar y un discurso estructurado, se comprende con facilidad siguiendo el ritmo de la comunicación sin dificultad y atendiendo sus intereses y necesidades.

CR5.2 Las comunicaciones telefónicas y telemáticas en situación de asesoramiento o atención de clientes y/o usuarios, se adecuan al registro formal o informal y a las condiciones socioculturales del uso de la lengua -normas de cortesía, cultura u otras-, expresándose con un alto grado de espontaneidad y corrección gramatical.

CR5.3 Los argumentos empleados en situaciones de asesoramiento o atención a clientes y/o usuarios, se expresan de acuerdo con un desarrollo sistemático, enfatizando los aspectos importantes, apoyando los detalles, cumpliendo con el manual de estilo y transmitiendo la imagen corporativa.

CR5.4 Los elementos técnicos contenidos en intercambios verbales, presenciales o realizados a través de medios técnicos con otros profesionales, se comprenden, interpretándose con precisión.

CR5.5 Las operaciones de cobro/pago en situación presencial o no presencial, se comprenden con exactitud, considerando en su caso, los elementos no verbales de la comunicación.

CR5.6 Las sugerencias, consultas, quejas o reclamaciones que puedan surgir en la relación comercial, en situación presencial o no presencial, se identifican con un alto grado de precisión, considerando en su caso, los elementos no verbales de la comunicación.

CR5.7 La información contextual y la información no verbal se interpretan de manera precisa, identificando el significado de frases y palabras no habituales o técnicas.

CR5.8 Las comunicaciones informales -experiencias personales, profesionales, temas de actualidad y otros-, a través de conversaciones con otro u otros interlocutores, se desarrollan con fluidez, detalle, claridad y coherencia discursiva, utilizando un amplio repertorio léxico relacionado.

CR5.9 Las intervenciones en situaciones conflictivas y complejas -atención y presentación de consultas, quejas y reclamaciones u otras-, se producen argumentando con convicción y de manera formal las posiciones, respondiendo a las preguntas, comentarios u objeciones de forma fluida, espontánea y adecuada.

Contexto profesional

Medios de producción

Información oral y escrita. Lenguaje técnico y estándar. Interpretación. Grabaciones. Comunicaciones telefónicas y telemáticas. Medios audiovisuales técnicos: vídeos, CD, DVD, u otros. Informes. Correspondencia. Vocabulario. Sugerencias. Consultas. Quejas. Reclamaciones. Diccionarios. Herramientas de traducción. Reuniones. Jornadas técnicas. Exposiciones orales. Presentaciones. Demostraciones. Documentación. Respuestas a solicitudes de información. Medios postales. Fax. Correo electrónico. Foros. Chat. SMS. Asesoramiento oral. Intercambios verbales.

Productos y resultados

Información oral en lengua inglesa, interpretada. Información contenida de documentos escritos en lengua inglesa, interpretada. Grado de importancia, identificado. Autonomía, demostrada. Información oral en lengua inglesa, transmitida. Textos claros, detallados y en cualquier soporte en lengua inglesa, redactados. Comunicación oral, en lengua inglesa con clientes y/o usuarios con fluidez y espontaneidad.

Información utilizada o generada

Información oral y escrita. Interpretación. Patrones sonoros, acentuales, rítmicos y de entonación. Informes. Correspondencia. Ideas. Opiniones. Procedimientos e instrucciones internos. Sugerencias. Consultas. Quejas. Reclamaciones. Diccionarios. Narraciones complejas. Documentación. Respuestas a solicitudes de información. Asesoramiento oral. Intercambios verbales y no verbales.

MÓDULO FORMATIVO 1

Gestión de diseños de eventos corporativos

Nivel:	3
Código:	MF2450_3
Asociado a la UC:	UC2450_3 - Gestionar diseños de eventos corporativos
Duración (horas):	180
Estado:	Tramitación BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Analizar supuestos escenarios de desarrollo de explotación de eventos corporativos, y objetivos de clientes y/o empresa organizadora, justificando su viabilidad.

CE1.1 En un supuesto práctico de contextualización de evento corporativo, elaborar documento DAFO/SWOT (debilidades-amenazas-fortalezas y oportunidades), en función de recursos y contextos.

CE1.2 En un supuesto práctico de planificación de eventos corporativos, desarrollar documento (briefing), fijando línea creativa, objetivos, entre otros.

CE1.3 Determinar supuestos espacios, ubicación y objetivos cualitativos y cuantitativos ajustándose a un análisis de gestión de eventos corporativos y criterios de respeto medioambientales.

CE1.4 Identificar acciones de promoción comercial o institucional, analizándolas según objetivos y demandas de clientes potenciales.

CE1.5 Determinar características de proveedores de eventos corporativos en supuestas acciones estudiando demandas de material como imprentas, decoración, entre otros según tipología del mismo.

CE1.6 Analizar viabilidad de producción en supuestas acciones de comunicación, justificando criterios de creatividad y calidad.

CE1.7 Identificar canales de comunicación, relacionando perfiles de público, objetivo, audiencia y plataformas.

CE1.8 Especificar alternativas en supuestos servicios previstos a la clientela con necesidades de adaptación de movilidad reducida, accesibilidad sensorial (auditiva y visual) entre otras, garantizando su viabilidad.

C2: Determinar supuestos objetivos de acciones de eventos corporativos, en función de parámetros de calidad y valor añadido.

CE2.1 Aplicar técnicas de comunicación en base a objetivos de comunicación fijados por supuestas empresas de eventos corporativos.

CE2.2 Aplicar técnicas de diseño de objetivos generales y específicos de calidad, fijados por supuestas empresas de eventos corporativos y supuestos clientes.

CE2.3 Identificar supuestas acciones en eventos corporativos internos, como acciones de construcción de equipo (Teambuilding), convenciones, Kick Off, días de familia (Family Days), presentaciones de producto, viajes de incentivo, entre otros, definiendo necesidades y objetivos en cada uno de ellos.

CE2.4 Identificar supuestas acciones de eventos corporativos externos, como presentaciones de producto, eventos institucionales, organización de ferias y exposiciones, activación de patrocinios, entre otros, definiendo necesidades y objetivos en cada uno de ellos.

CE2.5 Obtener mediante herramientas de cálculo, datos numéricos o porcentajes, garantizando el cumplimiento de rendimiento de supuestas acciones.

C3: Aplicar técnicas de planificación en acciones de eventos corporativos, definiendo objetivos de supuestos casos.

CE3.1 Seleccionar necesidades de personal experto en comunicación (ponentes, moderadores, invitados, entre otros) asegurando transmisión de mensajes en función del caso.

CE3.2 Elegir espacios de supuestos eventos, valorando capacidades, disponibilidad, localización y seguridad, entre otros.

CE3.3 En un supuesto caso de producción y logística en eventos corporativos:

- Calcular necesidades de mobiliario, adaptándolo al evento corporativo.
- Determinar decoración, adaptándola al evento corporativo.
- Elegir servicio de catering, adecuándolo a peticiones y necesidades especiales.

CE3.4 Seleccionar necesidades de personal interno o externo, asegurando roles específicos de cada uno y transmisión de coordinación entre ellos, en función del caso.

C4: Calcular propuestas de venta de eventos corporativos, de acuerdo con objetivos comerciales y presupuestos definidos.

CE4.1 En un supuesto práctico de cálculo de propuestas económicas:

- Definir partidas, asegurando la cobertura del evento.
- Describir beneficios, midiéndolos según la rentabilidad requerida.

CE4.2 Establecer estrategias de rentabilidad, según situaciones de compras, promociones, entre otras, adecuándolos a supuestas peticiones.

CE4.3 Formular mediciones de costes fijos y variables en contextos de eventos corporativos, negociaciones de tarifas y rappels, con supuestos proveedores y rentabilidades y estrategias de compras e inversiones.

C5: Interpretar tipología de perfiles de personal logístico prestatario de servicios de eventos corporativos, determinando parámetros requeridos por supuestas empresas y clientes.

CE5.1 En un supuesto práctico de formación de personal específico determinar:

- Cronograma interno de formación, ajustándolo a la acción.
- Rol de los implicados, adecuándolo a necesidades.
- Formación específica, definiéndola según departamentos.
- Objetivos a cumplir, marcándolos en función de imagen y/o marca.

CE5.2 Identificar materiales de trabajo de los agentes implicados como azafatos, personal de atención al público, técnicos audiovisuales, regidores, entre otros, teniendo en cuenta su cometido.

CE5.3 En un supuesto práctico, a partir de un plan de formación de personal de eventos corporativos:

- Diseñar plan de comunicación, facilitándola de manera eficaz y empática.
- Diseñar documento de regiduría y cronograma, identificando necesidades.
- Ensayar contenidos, tiempos y formas, adecuándolos a la acción específica.

C6: Determinar canales de comunicación y distribución a partir de supuestos prácticos de eventos corporativos, asegurando la fidelización del cliente.

CE6.1 Identificar canales de distribución de supuestas acciones de eventos corporativos, acordándolos según parámetros de calidad y privacidad de la empresa y cliente.

CE6.2 Aplicar canales de distribución, valorando relaciones entre clientes objetivos y empresa organizadora de eventos corporativos.

CE6.3 En un supuesto práctico de uso de herramientas de distribución de acciones de eventos corporativos:

- Seleccionar productos susceptibles, cumpliendo objetivos de marca y/o empresa organizadora.
- Diseñar mapas de audiencias, narrativa y conceptos creativos, ajustándolos a criterios de calidad de marca y/o empresa organizadora.

CE6.4 Adaptar en supuestos prácticos productos o servicios a canales de distribución, seleccionando medios de comunicación y prensa, redes sociales entre otros.

CE6.5 En un supuesto práctico de divulgación y promoción, a través de canales de distribución:

- Calcular el retorno de las acciones de divulgación y promoción de empresa, determinando su efectividad.
- Monitorizar el retorno de la divulgación, determinando su efectividad.
- Monetizar el retorno de la divulgación, determinando su efectividad.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.1 y CE1.2; C3 respecto a CE3.4; C4 respecto a CE4.1; C5 respecto a CE5.1 y CE5.3; C6 respecto a CE6.3 y CE6.5.

Otras Capacidades:

Adaptarse a la organización de la empresa integrándose en el sistema de relaciones técnico-laborales.

Ejecutar correctamente las instrucciones que recibe responsabilizándose de la labor que desarrolla, dentro de su ámbito competencial.

Participar activamente y coordinar, en su caso el equipo de trabajo.

Demostrar el grado de autonomía requerido en la resolución de contingencias, dentro de su ámbito competencial.

Comunicarse de manera eficaz con la persona adecuada en cada momento.

Mostrar una actitud de respeto hacia los compañeros, procedimientos y normas de la empresa.

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.

Cumplir las medidas que favorezcan el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.

Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del género.

Contenidos

1 El entorno de los eventos corporativos

Introducción, análisis y contextualización del sector. Conocimiento de los diferentes tipos de eventos: corporativos externos e internos. Importancia de los eventos corporativos como industria. Evolución de los eventos corporativos e impacto de la tecnología. Análisis de la comunicación corporativa y experiencial. Conocimiento de los diferentes formatos de eventos.

2 El evento corporativo como herramienta del marketing y comunicación

Introducción y análisis de la comunicación corporativa y el marketing experiencial. Organización de eventos como herramienta generadora de valor: reputación y vínculos experienciales entre marca y público. Ventajas de la comunicación en vivo: experiencia de marca y producto y foco en el público objetivo.

3 Estrategia y creatividad en el evento corporativo

Análisis y conocimiento de técnicas aplicadas a la creatividad y creación de ideas. Diseño y conceptualización estratégica del evento. Diseño de experiencias y generación de vínculos emocionales entre marca y público. Definición del público objetivo. Creación del concepto creativo. Diseño de la puesta en escena (escenografía y creatividad).

4 Comunicación en el evento corporativo

Diseño y conceptualización del mensaje, creatividades, producción de piezas de comunicación como Notas de Prensa, dossiers o comunicaciones publicitarias y manejo de canales, audiencias y públicos. Conocimiento del entorno digital y la gestión de comunidades para difundir el evento de forma online y su posterior viralización. Identificación y monitorización de audiencias. Manejo de la relación con los medios de comunicación, líderes de opinión y figuras públicas (influencers).

5 Planificación económica del evento corporativo

Conocimiento del marco legal y tratamiento fiscal. Concepto y tipos de presupuestos: abiertos y cerrados. Cuantificación de los costes fijos y costes variables. Cálculo del margen de beneficios. Negociación con proveedores. Control presupuestario y gestión de las desviaciones. Conocimiento y gestión de las plataformas de compras más habituales.

6 El evento como proyecto: planificación, diseño y organización

Fuentes y medios de acceso a la información. Criterios de selección de servicios, prestatarios e intermediarios. Negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Aspectos re-negociables. Infraestructuras especializadas para reuniones, actos y exposiciones. Programación del evento: tipología de actos en función de tipo de eventos: sesiones, presentaciones, descansos, comidas, ceremonias, espectáculos y exposiciones. Programación de la logística y de los recursos humanos. Programación de ofertas pre y post evento en función de la tipología de los participantes, tales como ponentes, delegados, acompañantes, comités organizadores y científicos. Gestión de espacios comerciales y de patrocinios. Presidencias honoríficas y participación de personalidades. Confección de cronogramas. Previsión de situaciones emergentes; planes de contingencia; planes de seguridad. La organización del evento: Definición de funciones y tareas. Comités y secretarías: funciones y coordinación. Gestión de colaboraciones y patrocinios. Soportes y medios para ofrecer información del evento. Difusión del evento y captación de participantes. Estructura organizativa de un equipo de gestión de eventos. Funciones y responsabilidades. Procedimientos e instrucciones de trabajo.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos laborales, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Taller de 3 m² por alumno o alumna.

- Instalación de 2 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la gestión de eventos corporativos, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:

- Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.

- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 2

Coordinación de acciones de puesta en marcha en eventos corporativos

Nivel:	3
Código:	MF2451_3
Asociado a la UC:	UC2451_3 - Coordinar acciones de la puesta en marcha de eventos corporativos
Duración (horas):	180
Estado:	Tramitación BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Elaborar documentación necesaria para la gestión de coordinación en proyectos de eventos corporativos, aplicando parámetros de dinamización.

CE1.1 En un supuesto práctico de relación con proveedores subcontratados y/o equipo interno:

- Seleccionar proveedores, atendiendo al producto contratado.
- Determinar líneas de ejecución, asegurando su cumplimiento.
- Coordinar parámetros de dinamización, supervisando orden y necesidad de material o servicio.
- Aplicar medidas de prevención de riesgos laborales, verificando cumplimiento.

CE1.2 Redactar guiones de comunicación con proveedores a partir de objetivos fijados entre evento corporativo contratado y empresa organizadora, adaptando según tipología.

C2: Formular propuestas de montaje, composición y disposición de material gráfico en espacios de eventos corporativos, verificando libros de producción y consecución de objetivos.

CE2.1 Estimar posibilidades de material gráfico en diseños de montaje, analizando espacios, requerimientos de marca y viabilidad.

CE2.2 Determinar disposición de material gráfico en espacios de eventos, cumpliendo parámetros de seguridad.

CE2.3 En un supuesto práctico de coordinación de materiales gráficos en eventos corporativos:

- Colocar expositores, adecuándolos a la acción corporativa.
- Definir área de hospitalidad, colocando según necesidades.
- Cotejar acciones con cuaderno de producción, garantizando su cumplimiento.
- Asegurar la integración y conservación del material gráfico durante el evento y usos posteriores.

C3: Formular propuestas de montaje, composición y disposición de escenarios y equipos audiovisuales en espacios de eventos corporativos, verificando libros de producción y consecución de objetivos.

CE3.1 Describir tipología de escenarios, soportes y formas que se utilizan como instrumentos promocionales en acciones de eventos corporativos, eligiéndolos en función de demanda y viabilidad.

CE3.2 Reconocer equipos audiovisuales relacionados con acciones de eventos corporativos, determinando su adecuación.

CE3.3 En un supuesto práctico, a partir de una simulación práctica de montaje de escenarios de eventos corporativos, justificar necesidades, objetivos y medios verificando acción, consecución de montaje y medidas de seguridad.

CE3.4 Determinar mobiliario en acciones de eventos corporativos, distinguiendo materiales de fabricación e idoneidad.

CE3.5 Identificar normativas sobre seguros y pólizas para la producción audiovisual y montaje de escenografías, relacionando adecuación y consecución en acciones de montaje de las mismas.

C4: Plantear acciones de coordinación de equipo humano, a partir de un proyecto de evento corporativo, utilizando objetivos previos.

CE4.1 Analizar libros de producción, identificando necesidades y comunicación según un servicio contratado.

CE4.2 Describir protocolos de comunicación con el equipo humano, garantizando cumplimiento e integridad de objetivos.

CE4.3 En un supuesto práctico de coordinación de equipos humanos en eventos corporativos:

- Definir uniformidad, adaptándola al evento.
- Determinar aspectos de seguridad e higiene, estableciendo normativa relacionada.
- Comprobar posiciones, estableciéndolas según la escaleta.
- Comprobar ubicación de personal, según características, necesidades y funciones relacionadas con el evento.
- Coordinar la colocación de objetos promocionales, ubicándolos en espacios de acciones de eventos corporativos según lo establecido en producción.

CE4.4 Identificar documentación de evaluación, adaptándola a supuestos eventos corporativos.

CE4.5 Programar guiones de comunicación dirigidos a un potencial personal contratado, adaptándolos a instrucciones de producción.

C5: Aplicar técnicas de coordinación de salida de invitados, relacionándolas con objetivos de calidad y seguridad en eventos corporativos.

CE5.1 En un supuesto práctico, a partir de planos de espacios de eventos corporativos, identificar áreas de salida, garantizando seguridad y adaptaciones según normativa de prevención de riesgos laborales y necesidades especiales de adaptación de movilidad, auditiva, visual, entre otras.

CE5.2 En un supuesto práctico de acciones de salida en eventos corporativos:

- Identificar posición de personal, garantizando atención y cumplimiento de normativa de seguridad.
- Analizar procedimientos de desmontaje, coordinando con proveedores y/o personal interno.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.1; C2 respecto a CE2.3; C3 respecto a CE3.3; C4 respecto a CE4.3; C5 completa.

Otras Capacidades:

Adaptarse a la organización de la empresa integrándose en el sistema de relaciones técnico-laborales.

Ejecutar correctamente las instrucciones que recibe responsabilizándose de la labor que desarrolla, dentro de su ámbito competencial.

Participar activamente y coordinar, en su caso el equipo de trabajo.

Demostrar el grado de autonomía requerido en la resolución de contingencias, dentro de su ámbito competencial.

Comunicarse de manera eficaz con la persona adecuada en cada momento.

Mostrar una actitud de respeto hacia los compañeros, procedimientos y normas de la empresa.

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.

Cumplir las medidas que favorezcan el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.

Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del género.

Contenidos

1 Preparación y gestión del montaje del evento

Gestión y preparación del espacio donde se desarrolla el evento. Gestión y coordinación de los proveedores que intervienen en el montaje del evento. Importancia del libro de producción, tiempos y órdenes de montaje. Control y prevención de los riesgos laborales y sanitarios durante el montaje del evento.

2 El montaje técnico de los eventos corporativos

Nociones de vídeo y tecnología. Nociones de audio y su tecnología. Nociones de iluminación. El espacio escénico, distribución de elementos. Nociones de estructuras escénicas. Conocimientos de maquinaria escénica, los movimientos manuales y motorizados. El proyecto técnico y su aplicación durante el montaje. Importancia de los visados profesionales. Seguridad durante el montaje. Los diferentes roles técnicos y su coordinación.

3 Decoración y aspectos estéticos del montaje

Criterios funcionales y estéticos a la hora de montar y decorar un evento corporativo. La señalética y la gráfica, su funcionalidad, utilidad e importancia. Como decorar un evento. El concepto temático y su aplicación durante el montaje. Vestuario, aplicaciones al equipo de la estética del evento. Protocolo y etiqueta, conceptos básicos.

4 Los asistentes al evento

Trato al cliente durante el montaje. Acceso de invitados, nociones de seguridad, flujo de personas y entrega de give-aways. Diferentes modelos de atención al invitado. El protocolo de mesas. Planos de situación de invitados: el sitting, y otros métodos de distribución del invitado. Emergencias y nociones de evacuación del invitado. Nociones sanitarias de atención al invitado.

5 Gestión, liderazgo y toma de decisiones durante el evento

Inicio de Gestión y coordinación del equipo interno durante el montaje. Distribución de responsabilidades y capacidad de liderazgo y toma de decisiones durante el proceso de montaje. Gestión de crisis y capacidad de resolución de situaciones inesperadas.

6 La ejecución del evento

La escaleta como herramienta de confirmación de inicio del evento y de buena ejecución. Interlocución durante el evento: el cliente, los ponentes, artistas y demás intervinientes en el evento. Criterios de comunicación durante el evento con proveedores y equipo interno. Nuevas tecnologías en la ejecución del evento. El ritmo del evento, nociones básicas sobre la dinámica y efectividad del evento. La importancia de la toma de decisiones y capacidad para resolver situaciones inesperadas durante el evento. Nociones de protección de riesgos laborales y sanitarios durante el evento.

7 Finalización del evento

Horarios del evento, previsión de salida de invitados, cierre de actividades y evacuación del espacio. El libro de producción como herramienta del desmontaje. Coordinación de proveedores y equipo interno durante el desmontaje. Recogida de materiales específicos. Nociones sobre normativa horaria, los permisos. Gestión con proveedores especiales durante el desmontaje: el espacio.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos laborales, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Taller de 3 m² por alumno o alumna.
- Instalación de 2 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la coordinación de acciones de puesta en marcha de eventos corporativos, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:
 - Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.
 - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 3

Gestión de operaciones de cierre en eventos corporativos

Nivel:	3
Código:	MF2452_3
Asociado a la UC:	UC2452_3 - Gestionar operaciones de cierre de eventos corporativos
Duración (horas):	150
Estado:	Tramitación BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas de desmontaje en eventos corporativos, identificando objetivos de seguridad, integridad y cumplimiento de lo descrito en planes de producción de supuestas acciones en eventos corporativos.

CE1.1 En un supuesto práctico de desmontaje en eventos corporativos:

- Identificar materiales analizando sus características.
- Comprobar maquinaria, asegurando su idoneidad.
- Relacionar procesos, respetando horarios.
- Identificar señalización de espacios de carga y descarga, respetando medidas de prevención y seguridad.
- Comprobar el cumplimiento de acciones de desmontaje, recogiendo en documento de seguimiento.

CE1.2 Identificar protocolos de desmontaje de materiales como elementos audiovisuales, carpintería, entre otros, reconociendo características específicas de seguridad e integridad.

CE1.3 Identificar labores de personal implicado en acciones de desmontaje en supuestos casos, corroborando en documentos esquemáticos su ejecución.

CE1.4 Elaborar documentación para atender el grado de satisfacción de supuestos clientes como entrevistas, cuestionarios, entre otros, relacionándola con la política de empresa organizadora.

C2: Aplicar técnicas de gestión de acciones de cierre de presupuestos y desviaciones con proveedores, reconociendo documentos y formatos.

CE2.1 En supuestos prácticos de cierres de presupuestos y desviaciones con proveedores:

- Cotejar documentación, comprobando verosimilitud, exactitud y adecuación.
- Revisar ejemplos de desviaciones, estudiando causas y ajustes.
- Identificar cierres de expedientes, comprobando tipología de cobro.
- Reconocer medios de comunicación con departamento implicados, verificando mensajes.
- Analizar adecuación de acciones de compra, optimizando costes.

C3: Identificar acciones de cierre y desviaciones de presupuestos finales con clientes, reconociendo documentos y formatos.

CE3.1 En un supuesto práctico de análisis de formatos y herramientas de comunicación para presentar presupuestos finales a clientes.

CE3.2 En un supuesto práctico de cobro de eventos corporativos, definir tipologías de pago, garantizando adaptación a supuestos casos.

CE3.3 En un supuesto práctico de presentación de presupuestos a clientes:

- Cotejar documentación, comprobando verosimilitud, exactitud y adecuación.
- Revisar ejemplos de desviaciones, estudiando causas y ajustes.
- Identificar cierres de expedientes, comprobando tipología de los mismos.
- Reconocer medios de comunicación con departamentos implicados, redactando documentos.

C4: Determinar herramientas de comunicación y evaluación a partir de supuestos prácticos de eventos corporativos, asegurando la fidelización del cliente.

CE4.1 Identificar documentación de protección de datos del supuesto cliente, de acuerdo a protocolos de privacidad de una empresa organizadora.

CE4.2 Aplicar técnicas de evaluación, susceptibles de mejorar supuestas futuras acciones de eventos corporativos, utilizando encuestas de calidad y herramientas externas.

CE4.3 En un supuesto práctico de aplicación de herramientas de comunicación gestionar las mismas, asegurando la protección de datos personales: aceptación de datos y envío de noticias, entre otros.

CE4.4 Elaborar documentación de evaluación, asegurando la recogida de datos en supuestos eventos corporativos, como memorias de evaluación, entre otros.

C5: Aplicar técnicas de evaluación de servicios prestados en un supuesto caso de evento corporativo, en función de criterios específicos sobre perspectiva de género, sondeos, cuestionarios y grado de satisfacción.

CE5.1 En un supuesto práctico a partir de respuestas obtenidas o datos reflejados en la memoria de la actividad, valorar cada aspecto de los que se relacionan a continuación para exponer y justificar la toma de decisiones: satisfacción de los clientes, material, incidencias, traslados, medios de transportes y otros servicios, grado de cumplimiento de la actividad en relación con la información recibida, insuficiencias o fallos técnicos detectados y recomendaciones o mejoras a realizar.

CE5.2 Identificar aportaciones realizadas por supuestos clientes, en forma de quejas, reclamaciones y sugerencias, justificando esta valoración en el diseño de nuevas acciones de eventos corporativos.

CE5.3 Redactar informes de evaluación de datos cuantitativos y cualitativos en base a técnicas de recopilación, sistematización, archivo y actualización de supuesta información obtenida.

CE5.4 Gestionar planificaciones estratégicas con herramientas de evaluación diseñadas por una supuesta empresa organizadora, identificando acciones de fidelización con supuestos clientes.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.1; C2 completa; C3 respecto a CE3.3; C4 respecto a CE4.3; C5 respecto a CE5.1.

Otras Capacidades:

Adaptarse a la organización de la empresa integrándose en el sistema de relaciones técnico-laborales.

Ejecutar correctamente las instrucciones que recibe responsabilizándose de la labor que desarrolla, dentro de su ámbito competencial.

Participar activamente y coordinar, en su caso el equipo de trabajo.

Demostrar el grado de autonomía requerido en la resolución de contingencias, dentro de su ámbito competencial.

Comunicarse de manera eficaz con la persona adecuada en cada momento.

Mostrar una actitud de respeto hacia los compañeros, procedimientos y normas de la empresa.
Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.
Cumplir las medidas que favorezcan el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.
Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del género.

Contenidos

1 El desmontaje de los eventos corporativos

Gestión y preparación de espacios donde se desarrolla el evento para el desmontaje. Gestión y coordinación de proveedores que intervienen en el desmontaje del evento. Documento de desmontaje con información de tipos de proveedores, contacto, horas de desmontaje y franjas horarias para cada proveedor. Control y prevención de los riesgos laborales y sanitarios durante el desmontaje del evento. Gestión y coordinación del equipo interno durante el desmontaje. Distribución de responsabilidades y capacidad de liderazgo y toma de decisiones durante el proceso de desmontaje. Gestión de crisis y capacidad de resolución de situaciones inesperadas. Nociones técnicas sobre audiovisuales e iluminación. Seguimiento de acciones de medición de la satisfacción del cliente. Seguimiento de problemas, errores y desviaciones con proveedores.

2 Cierre de presupuestos con proveedores

Negociación con proveedores: planteamientos y factores clave. Documentación presupuestaria, inicial y final, Desviaciones, causas y ajustes. Expedientes: cierre y tipología de cobros. Medios de comunicación. Análisis de acciones de compra y costes.

3 Cierre de presupuestos con cliente

Marco legal y tratamiento fiscal. Concepto y tipos de presupuestos: abiertos y cerrados. Cuantificación de los costes fijos y costes variables. Análisis de costes. Cálculo del margen de beneficios. Negociación con cliente. Control presupuestario y gestión de las desviaciones. Conocimiento y gestión de plataformas de compras.

4 Comunicación en el evento corporativo

Diseño y conceptualización del mensaje, creativities, producción de piezas de comunicación para la comunicación post-evento. Conocimiento del entorno digital y la gestión de comunidades online. Viralización. Identificación y monitorización de recepción de comunicación, éxito de recepción y calado del mensaje. Aspectos de protección de datos de carácter personal.

5 Análisis y evaluación del resultado del evento

Presentación de encuestas de satisfacción, mediciones de ROI y datos. Gestión de reuniones con el cliente. Análisis del evento. Identificación de quejas, reclamaciones y sugerencias. Justificación de diseño de nuevas acciones de eventos corporativos. Redacción de informes de evaluación de datos cuantitativos y cualitativos en base a técnicas de recopilación, sistematización. Archivo y actualización de información obtenida. Elaboración de memorias de evaluación.

6 Comercialización y mantenimiento del cliente

Gestión comercial. Interacción con el cliente. Mantenimiento y ampliación de línea de negocio. Gestión de planificaciones estratégicas con herramientas de evaluación. Identificación de acciones de fidelización con el cliente.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos laborales, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Taller de 3 m² por alumno o alumna.
- Instalación de 2 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la gestión de operaciones de cierre de eventos corporativos que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:

- Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.
- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 4

COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE (B1), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel:	3
Código:	MF9999_3
Asociado a la UC:	UC9999_3 - COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO INDEPENDIENTE (B1), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

- C1:** Aplicar técnicas de interpretación de ideas derivadas de informaciones orales en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, dentro del propio campo de especialización o de interés laboral, emitidas de forma presencial o a través de cualquier medio o soporte de comunicación sin excesivos ruidos ni distorsiones.
- CE1.1** Identificar ideas relevantes e implicaciones en conversaciones y debates breves entre varios interlocutores.
- CE1.2** Comprender datos concretos e ideas principales en conversaciones informales sobre temas de un entorno personal -identificación personal, intereses, otros-, familiar y profesional de clientes y/o usuarios tipo.
- CE1.3** Interpretar instrucciones y mensajes orales, comprendiendo aspectos relevantes, realizando anotaciones y consiguiendo aclaraciones sobre aspectos ambiguos.
- CE1.4** Distinguir elementos lingüísticos en un proceso con propósitos comunicativos, tales como aconsejar, explicar, describir, sugerir u otros, así como los elementos no verbales de la comunicación, teniendo en cuenta la situación en la que se desarrollan.
- CE1.5** En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones orales, a partir de grabaciones de mensajes telemáticos en buzones de voz u otros previamente definidos:
- Comprender los datos y las ideas principales de la conversación siguiendo el ritmo normal de los discursos con facilidad.
 - Sintetizar las ideas principales en función de la temática tratada.
- CE1.6** Identificar con precisión detalles relevantes y el vocabulario técnico, en comunicaciones orales con otros profesionales de su ámbito laboral.
- CE1.7** En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones orales, en una situación profesional definida, en la que se simula la atención a un cliente y/o usuario que solicita información:
- Identificar con detalle las demandas formuladas oralmente por el cliente y/o usuario, explicando las ideas principales.
 - Identificar los elementos no verbales de comunicación, haciendo evidente al interlocutor que se le presta la atención requerida.
 - Realizar anotaciones precisas sobre elementos sustanciales del mensaje oral mientras se escucha el mismo, en su lengua materna.

- Aplicar estrategias para favorecer y confirmar la interpretación del mensaje.

C2: Aplicar técnicas de interpretación con autonomía en documentos escritos en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, con tipos de informaciones, documentos, con contenidos largos y complejos en sus distintos soportes, obteniendo informaciones globales y específicas y/o resumiendo los puntos más relevantes.

CE2.1 Interpretar documentos y léxico habitual, dentro de un área de interés o especialidad profesional, demostrando precisión.

CE2.2 Identificar herramientas y recursos de traducción, de acceso rápido y precisas, convencionales o informáticas, justificando su usabilidad.

CE2.3 En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones escritas, a partir de la lectura de un documento perteneciente al ámbito de especialización:

- Localizar los datos claves y detalles relevantes de la documentación propuesta, justificando la elección.

- Sintetizar por escrito con corrección el texto, resaltando los aspectos claves.

CE2.4 En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones escritas, a partir de documentos reales y habituales pertenecientes al campo de especialización:

- Identificar el tipo de información solicitada en cada apartado, demostrando conocimiento lingüístico.

- Identificar las características del tipo de documento, demostrando conocimiento lingüístico.

- Extraer detalles específicos tales como nombres, horas, fechas, tarifas, cuotas, precios, características técnicas, u otras, de fuentes y textos diversos, demostrando precisión en la comprensión del texto.

- Interpretar con exactitud, expresiones especializadas del ámbito profesional.

- Inferir el significado de palabras y oraciones desconocidas a partir del análisis del contexto, desde un contexto formal, hasta institucional en el que se encuentran.

- Traducir el contenido de los documentos, sintetizando el significado.

CE2.5 En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones escritas, a partir de textos y documentos comunes y más especializados relacionados con los intereses y necesidades en el ámbito laboral/profesional:

- Interpretar la normativa extranjera, opiniones de expertos, artículos u otros, demostrando precisión en la comprensión del texto.

- Traducir la documentación no compleja y extensa de manera precisa, utilizando las herramientas de traducción adaptadas a la comprensión del texto.

C3: Expresarse oralmente, en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, demostrando claridad y detalle, en intervenciones organizadas y adaptadas a un interlocutor y propósito comunicativo, argumentando y resaltando la información emitida y, demostrando el nivel de fluidez y espontaneidad en la utilización del lenguaje que permita su comprensión.

CE3.1 Identificar transacciones y gestiones tales como estructuras, registros y formalidades de saludos, expresiones de gratitud o disculpa, presentación y despedida, con pautas de cortesía asociadas a la cultura de la lengua utilizada y del interlocutor.

CE3.2 En un supuesto práctico de distintas simulaciones convenientemente definidas de transmisión de mensajes e instrucciones orales de forma presencial, directa, o telefónica:

- Transmitir el mensaje propuesto de forma precisa y clara, evitando equívocos.

- Describir oralmente las fases de las instrucciones o procedimientos propuestos, demostrando precisión.
- Utilizar el léxico específico, así como otros elementos del lenguaje que produzcan un discurso claro y coherente, demostrando el nivel de eficacia y corrección que permita su comprensión.
- Expresar las actitudes y elementos del lenguaje de persuasión, demostrando el nivel de corrección que permita su comprensión.
- Ofrecer la información verbal de forma detallada y clara dentro en un discurso suficientemente fluido, evitando pausas largas en la búsqueda de estructuras y expresiones con las que expresarse cuando surgen dudas.

CE3.3 En un supuesto práctico de situaciones convenientemente definidas, a partir de notas, un texto escrito, o materiales visuales, gráficos, diapositivas, vídeos, otros medios de difusión:

- Presentar los productos y/o servicios propuestos de forma clara y detallada, a través de una secuencia lógica, e ilustrando con ejemplos y detalles representativos.
- Utilizar el lenguaje del ámbito profesional con flexibilidad adaptándolo a las características del contexto comunicativo.
 - Recurrir a la paráfrasis o a circunloquios cuando no se encuentra la expresión precisa, identificando y corrigiendo los errores que puedan provocar una interrupción de la comunicación.
- Expresar el discurso con coherencia, relacionando todos los aspectos con un número limitado de mecanismos, y con una pronunciación y entonación comprensibles, aunque sea evidente la influencia de su lengua materna.

C4: Aplicar técnicas de redacción y cumplimentación de documentos o formularios en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, demostrando claridad y detalle, utilizando cualquier soporte y elementos lingüísticos apropiados, aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica, adaptándose al contexto y al propósito comunicativo que se persigue.

CE4.1 Planificar textos para presentaciones o informes profesionales, en párrafos breves y secuenciados, en su caso, manteniendo un orden cronológico, generando efecto de profesionalidad en el destinatario.

CE4.2 Utilizar sin errores que conduzcan a malentendidos, estructuras morfosintácticas, patrones discursivos y elementos de coherencia, cohesión de uso común y específico, seleccionándolos en función del propósito comunicativo en el contexto concreto.

CE4.3 Utilizar con corrección elementos gramaticales, signos de puntuación y ortografía de palabras de usos generales y relacionados con su ámbito profesional, en registro formal e informal.

CE4.4 En un supuesto práctico de aplicación de técnicas de redacción, a partir de unas instrucciones claras y detalladas sobre requerimientos o solicitudes profesionales por escrito:

- Interpretar las instrucciones recibidas de manera exacta.
- Identificar el tipo de requerimiento o solicitud, adaptando las estructuras formales convenientes.

CE4.5 En un supuesto práctico de aplicación de técnicas de redacción, en situaciones profesionales simuladas y previamente definidas:

- Describir por escrito las características esenciales de la información o requerimiento propuesto, demostrando eficacia y nivel de corrección que permita su comprensión.
- Redactar un conjunto detallado de instrucciones dirigidas al destinatario propio de la comunicación, demostrando eficacia y corrección.

- Redactar un texto breve -carta, fax, podcast, nota, correo electrónico- para un cliente, usuario u otro profesional, proporcionando una información detallada sobre un tema específico del ámbito profesional.
- Resumir las informaciones procedentes de diversas fuentes en un informe breve y sencillo, demostrando eficacia y nivel de corrección que permita su comprensión.
- Verificar la corrección gramatical y ortográfica del texto demostrando eficacia y nivel de corrección que permita su comprensión.

CE4.6 En un supuesto práctico de aplicación de técnicas de redacción, a partir de datos previamente definidos:

- Cumplimentar con precisión, haciendo buen uso gramatical, la documentación adecuada al tipo de actividad (correspondencia comercial, convocatorias, actas, informes profesionales, petición de presupuestos, facturas, billetes de viaje, otros).
- Elaborar correos electrónicos, faxes o podcast, con las estructuras léxicas y sintácticas apropiadas al medio de transmisión que se va a utilizar, y con descripciones claras de la información propuesta a transmitir.
- Identificar los errores cometidos, anotándolos y subsanándolos, una vez contrastados con el manual de redacción.

CE4.7 Utilizar con corrección léxico perteneciente al sector digital, agilizando una comunicación en registro formal e informal.

C5: Interactuar oralmente, intercambiando información compleja en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente, con uno o más interlocutores, de forma eficaz y cierta fluidez, asesorando, persuadiendo en diferentes situaciones, asegurando la comprensión y transmisión de la información.

CE5.1 Identificar referencias socioculturales inmersas en distintos tipos de contextos tanto orales como escritos, permitiendo captar alusiones directas sobre aspectos que intervienen en una comunicación.

CE5.2 Identificar transacciones y gestiones tales como estructuras, registros y formalidades de saludos, expresiones de gratitud o disculpa, presentación y despedida, con pautas de cortesía asociadas a la cultura de una lengua utilizada y del interlocutor.

CE5.3 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, en simulaciones previamente definidas de atención y asesoramiento de clientes y/o usuarios a través de conversaciones uno a uno:

- Aplicar las normas de protocolo en el discurso con el interlocutor, justificando su uso en el contexto a tratar.
- Informar utilizando las normas de protocolo y cortesía, el registro lingüístico, adaptándose al tipo de interlocutor.
- Emplear las estructuras y fórmulas de cortesía de la lengua y cultura del interlocutor, aplicándolas en saludos, despedidas, ofrecimientos, peticiones u otras.
- Utilizar el vocabulario específico de las presentaciones, identificación del interlocutor, y requerimiento u ofrecimiento de la información necesaria, demostrando eficacia y corrección.
- Expresarse con corrección y claridad, en la justificación de retrasos, ausencias, u otras circunstancias, empleando las expresiones léxicas específicas.
- Comprender la información facilitada y requerimientos realizados por el interlocutor en lengua inglesa, aunque haya pequeñas interferencias.
- Utilizar estrategias para favorecer y confirmar la correcta percepción del mensaje, demostrando eficacia y corrección.
- Proporcionar las explicaciones y argumentos de forma eficaz, detallada y cierta fluidez, adecuándose a las preguntas formuladas por el interlocutor.

- Justificar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

CE5.4 En un supuesto práctico de intercambio de información oral y a partir de conversaciones telefónicas simuladas:

- Identificar las normas de protocolo aplicándolas en el saludo al interlocutor.
- Adaptar el registro oral a la situación y al contexto propuesto, demostrando eficacia y corrección.
- Utilizar el vocabulario técnico adecuado en la identificación telefónica propia y del interlocutor, demostrando eficacia y corrección.
- Utilizar las expresiones técnicas habituales en las conversaciones para la gestión de citas, comunicaciones, avisos, incidencias u otras situaciones, demostrando eficacia y corrección.
- Identificar los elementos más destacados de la demanda del interlocutor, comprendiendo el mensaje.
- Proporcionar las explicaciones y argumentos de forma breve y eficaz en la aceptación o rechazo de peticiones, contratación u otras circunstancias habituales, demostrando eficacia y corrección.
- Utilizar estrategias que garanticen la comprensión del mensaje, reformulando acuerdos, desacuerdos o compromisos adquiridos, o solicitando las aclaraciones necesarias de aspectos ambiguos.
- Despedirse aplicando las convenciones sociales de la lengua del interlocutor.
- Justificar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

CE5.5 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, de atención y asesoramiento de clientes y/o usuarios con distintos participantes:

- Identificar las normas de protocolo, aplicándolas en el saludo al interlocutor.
- Adaptar el registro oral, formal o informal, a la situación y al contexto, justificando su uso.
- Escuchar de forma proactiva en las discusiones entabladas, demostrando eficacia y corrección.
- Hacer un uso adecuado de los turnos de palabra, evitando solapamiento en el discurso.
- Identificar las ideas de los interlocutores, formulando las preguntas necesarias para garantizar su comprensión.
- Explicar los productos con el nivel de fluidez que permita su comprensión, proponiendo las ventajas y beneficios de las distintas alternativas.
- Utilizar el repertorio lingüístico apropiado a las discusiones entabladas expresando acuerdo o desacuerdo y persuasión, así como frases típicas durante la conversación o turno de palabra.
- Justificar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

CE5.6 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, previamente definido en el que se plantean situaciones de tratamiento delicadas o conflictivas:

- Identificar las normas de protocolo, aplicándolas en el saludo al interlocutor.
- Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta, queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje y la entonación adecuada, y una argumentación estructurada.
- Utilizar las claves contextuales, gramaticales y léxicas infiriendo posibles actitudes o intenciones.
- Pedir disculpas comunicando de manera clara los errores cometidos y poniendo el énfasis de forma apropiada para facilitar la comprensión.
- Adoptar toda la información gestual y contextual a la situación planteada, justificando su aplicación.
- Reformular las expresiones en las que se presentan dificultades con breves interrupciones en el discurso.

- Justificar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

CE5.7 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, contextualizado en visitas a empresas extranjeras:

- Organizar la visita considerando normas de protocolo, hábitos profesionales, costumbres horarias, u otros aspectos socio profesionales que rigen dicho país.
- Expresar la comunicación de forma adaptada a los usos y costumbres sociales y culturales del país, justificando el contexto.
- Informar utilizando el lenguaje con el nivel de corrección y propiedad que permita su comprensión, observando las normas de comportamiento que requiera el caso, de acuerdo con el protocolo profesional establecido en el país.

CE5.8 En un supuesto práctico de intercambio de información oral contextualizado en situaciones y eventos sociales:

- Expresar la comunicación de forma adaptada a los usos y costumbres sociales y culturales del país, justificando el contexto.
- Aplicar el protocolo, los usos y costumbres sociales de los interlocutores que participan en las situaciones y eventos propuestos.
- Organizar las situaciones y eventos profesionales considerando las características socioculturales de los participantes.
- Justificar la importancia de utilizar convenientemente las normas de protocolo, usos y costumbres sociales en las relaciones del ámbito profesional.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.5 y CE1.7; C2 respecto a CE2.3, CE2.4 y CE2.5; C3 respecto a CE3.2 y CE3.3; C4 respecto a CE4.4, CE4.5, CE4.6 y CE4.7; C5 respecto a CE5.3, CE5.4, CE5.5, CE5.6, CE5.7 y CE5.8.

Otras Capacidades:

Interpretar y ejecutar instrucciones de trabajo.

Aprender nuevos conceptos o procedimientos y aprovechar eficazmente la formación utilizando los conocimientos adquiridos.

Mantener una actitud asertiva, empática y conciliadora con los demás demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.

Adoptar códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad.

Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

Contenidos

1 Mensaje oral: comprensión y elaboración en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente

Comprensión oral: distinción y aplicación de significados y funciones específicas, estructuras sintácticas de uso común según el contexto.

Patrones sonoros acentuales: identificación de ritmos y entonación de uso común y específico, significados e intenciones comunicativas expresas, y de carácter implícito.

Mensajes orales: elaboración y planificación, adecuación al contexto y canal. Recopilación de información sobre tipo de tarea y tema en una variedad de lengua estándar y articulados.

El contexto: identificación y adaptación de la comprensión.

Tipos de comprensión: sentido general, información esencial, puntos principales, detalles relevantes e implicaciones.

Formulación de hipótesis de contenido y contexto.

Reformulación de hipótesis e información a partir de la comprensión de nuevos elementos.

El léxico oral común y especializado: reconocimiento y relación con los intereses y necesidades en el ámbito profesional/laboral, público y personal.

2 Mensaje escrito: comprensión y elaboración en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente

Comprensión del texto: aplicación y conocimientos sociolingüísticos relativos a la estructuración social, las relaciones interpersonales y convenciones sociales.

Información e implicaciones generales de los textos organizados.

Valores asociados a convenciones de formato, tipografías, ortográficas y de puntuaciones comunes y menos habituales.

Mensajes escritos: elaboración y planificación, adecuación al contexto y canal. Recopilación de información sobre tipo de tarea y tema en una variedad de lengua estándar y articulados. Localizar y usar recursos lingüísticos o temáticos.

Función comunicativa: identificación de ideas principales y secundarias asociadas al uso de distintos patrones discursivos.

El contexto: identificación y adaptación de la comprensión.

El tipo de texto: identificación y aplicación de estrategias de comprensión genéricas, la información esencial, los puntos principales, los detalles relevantes, información, ideas y opiniones explícitas.

Formulación de hipótesis de contenido y contexto: comprensión de elementos significativos, lingüísticos y paralingüísticos.

El léxico escrito común y especializado: reconocimiento y relación con los intereses y necesidades en el ámbito profesional/laboral, público y personal.

3 Ejecución de mensajes orales y escritos en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente

Expresión oral: expresar el mensaje con claridad y coherencia, estructurándolo adecuadamente y ajustándose, en su caso, a los modelos y fórmulas de cada tipo de expresión.

Reajustar el mensaje: identificar lo que se quiere expresar, valorar las dificultades y los recursos disponibles.

Utilizar conocimientos previos.

Compensar las carencias lingüísticas mediante procedimientos lingüísticos (modificar palabras de significado parecido, definir o parafrasear un término o expresión), paralingüísticos o paratextuales (pedir ayuda, señalar objetos, usar deícticos o realizar acciones que aclaran el significado, usar lenguaje corporal culturalmente pertinente con gestos, expresiones faciales, posturas, contacto visual o corporal, proxémica y usar sonidos extralingüísticos y cualidades prosódicas convencionales).

Expresión escrita: escribir, en cualquier soporte, textos simples con una estructura lógica sobre temas de su ámbito personal o laboral, realizando descripciones, sintetizando información y argumentos extraídos de distintas fuentes.

Reajustar el registro o el estilo para adaptar el texto al destinatario y contexto específico.

Utilizar las estructuras morfosintácticas, los patrones discursivos y los elementos de coherencia y cohesión de uso común.

Ajustarse con consistencia a los patrones ortográficos, de puntuación y de formato de uso común, y algunos de carácter más específico.

4 Interacción: aspectos socioculturales y sociolingüísticos en lengua inglesa con un nivel de usuario independiente

Las convenciones sociales, normas de cortesía y registros, costumbres, valores, creencias y actitudes.

Gestión de relaciones sociales en el ámbito público, académico y profesional.

Descripción y apreciación de cualidades físicas y abstractas de personas, objetos, lugares, actividades, procedimientos y procesos.

Narración de acontecimientos pasados puntuales y habituales, descripción de estados, situaciones presentes, expresión de predicciones y de sucesos futuros a corto, medio y largo plazo.

Intercambio de información, indicaciones, opiniones, puntos de vista, consejos, advertencias y avisos.

Expresión de la curiosidad, el conocimiento, la certeza, la confirmación, la duda, la conjetura, el escepticismo y la incredulidad.

Expresión de la voluntad, la intención, la decisión, la promesa, la orden, la autorización y la prohibición, la exención y la objeción.

Expresión del interés, la aprobación, el aprecio, el elogio, la admiración, la satisfacción, la esperanza, la confianza, la sorpresa, y sus contrarios.

Formulación de sugerencias, deseos, condiciones e hipótesis.

Establecimiento y gestión de la comunicación y organización del discurso.

Estructuras sintácticas discursivas: léxico oral común y especializado en el propio campo de especialización o de interés laboral/profesional, relativo a descripciones, tiempo y espacio, eventos y acontecimientos, procedimientos y procesos, relaciones profesionales, personales, sociales y académicas, trabajo y emprendimiento, bienes y servicios.

Patrones sonoros, acentuales, rítmicos y de entonación. Patrones gráficos y convenciones ortográficas.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos, salud laboral, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Instalación de 3 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la comunicación en una primera lengua extranjera con un nivel de usuario independiente, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:

- Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.

- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.