

TÉCNICO EN VISITAS GUIADAS

Contenidos

Unidad Didáctica 1. LA IMPORTANCIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

- Las Relaciones Públicas en el marco de actuación de las instituciones y empresas.
- Las obligaciones de empresas e instituciones con la sociedad.
- La nueva era de la transparencia social, política y económica.

Unidad Didáctica 2. LA ORGANIZACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

- Las relaciones públicas dentro del organigrama
- La importancia de tener un Plan de Relaciones Públicas.
- Acciones de Relaciones Públicas.
- Promoción y notoriedad. La imagen corporativa o institucional.
- La imagen de empresa, la imagen de un producto o servicio.
- Qué es y cómo se transmite.
- La marca: qué es y cómo se difunde.

Unidad Didáctica 3. LAS VISITAS GUIADAS EN EL PLAN DE RR.PP.

- Las visitas guiadas.
- Esquema de una visita guiada.
- Qué tengo y qué quiero mostrar.
- Cómo debo mostrar lo que tiene la empresa o la institución.
- La elección del público.
- Públicos posibles: el target. Qué es, cómo se define y dónde está.

Unidad Didáctica 4. LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD

- Los riesgos de una visita guiada según los públicos.
- Los riesgos según las instalaciones.
- Las visitas masivas. Cuidados que hay que tener.
- Análisis prospectivo previo. Medidas de precaución.
- Casos de accidentes con heridos o muertos. Análisis. Cómo evitarlos.
- Prevenciones, autorizaciones de padres, seguros.
- Equipos de emergencia: médicos, ATS, etc.

Unidad Didáctica 5. MATERIALES INFORMATIVOS

- La selección y preparación de los materiales informativos.
- La importancia del presupuesto
- La extensión de la información en función del público.
- Catálogos, folletos, desplegados, pósters, libros, juegos, etc. Análisis.
- Los regalos de empresa o cortesía: forma de seleccionarlos.
- Los alimentos o bebidas como regalos.
- Precauciones con el packaging.

Unidad Didáctica 6. EL REFRIGERIO y LA FOTOGRAFÍA DE RECUERDO

- Las visitas guiadas que incluyen refrigerio.
- Organización y precauciones.
- La foto del grupo. Finalidad y objetivos.
- Elección del lugar más apropiado. Organización.
- Cómo enviarlas o distribuir las.
- El aprovechamiento político.

Unidad Didáctica 7. LA JORNADA DE PUERTAS ABIERTAS

- Similitudes y diferencias con la Visita Guiada
- La Jornada de Puertas Abiertas en las empresas
- La Jornada de Puertas Abiertas en las instituciones
- Como aprovecharlas con los medios de comunicación
- Las demostraciones como espectáculo. Peligros y precauciones

Unidad Didáctica 8. CÓMO OFRECER MIS SERVICIOS

- ¿Qué puedo hacer cuando termine el curso?
- ¿A quién puedo ofrecer mis servicios?
- ¿Cómo debo ofrecerlos?
- Bases prácticas para empezar a ser un técnico independiente.
- Cómo pasar un presupuesto.
- Formas de remuneración.
- Modelo de presupuesto

¿A quién va dirigido?

A todo tipo de personas pero especialmente a jóvenes que deseen insertarse en el mercado laboral, colaborando con empresas e instituciones en un trabajo bonito, atractivo, didáctico y remunerado.

Ser un buen Técnico en Visitas Guiadas puede ser el primer paso para profundizar en campos más amplios, ambiciosos y complejos que forman parte del fascinante campo de las Relaciones Públicas o Relaciones Externas en las empresas e instituciones.

El curso puede ser la llave de entrada a una gran empresa o institución que no tenga bien organizada esta acción de Relaciones Públicas.

Objetivos general

Formar y preparar a jóvenes que tengan una base informativa sólida que le permita afrontar este trabajo como un técnico especializado independiente.

Objetivos específicos

- Tener todos los conocimientos necesarios para desarrollar este trabajo con idoneidad.
- Aprender a organizar grupos.
- Aprender a hablar en público con seguridad.
- Perder el “miedo escénico”.
- Ganar confianza y seguridad personal.
- Aprender a moverse en el mercado de empresas e instituciones.

Tipo de evaluación

- El alumno deberá proponer un Plan de Visitas Guiadas.
- Deberá elegir la empresa o institución.
- Deberá fundamentar porqué esa empresa o institución necesita un plan de visitas guiadas.
- Explicará cómo se desarrollará cada visita, los lugares a visitar, el tiempo, el tipo de público, la duración, la información que se repartirá, etc.