

INDICE

Prologo	
Introduccion	7
I.- El Problema de la Definición <ul style="list-style-type: none"> - Gerencia de eventos especiales - Mensaje Corporativo - Medios tecnológicos y personales 	11
II.- Bases de la Gerencia de Eventos Especiales <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación interpersonal - Comunicación de masas - Organización como concepto corporativo - Públicos - Identidad y cultura corporativa - Imagen como leit – motín de los eventos 	15
III.- Tipificación de Eventos Especiales <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas Especificas: Aniversario, Asamblea, Banquete, Cóctel, Coloquio, comisión, concurso, conferencia, congreso, Convención, Debate, Encuentro, Exposición, Feria, Festival, Fiesta, Foro, Graduación, Inauguración, Jornada, Juegos Deportivos, Juramentación, Mesa Redonda, Mitin, Panel, Panel, Pleno, Premio, Presentación, Promoción de Ideas, Reconocimientos, Recaudación de Fondos, Reunión de Junta Directivas, Reunión General, Rueda de Prensa, Salón, Seminario, Simposio, Taller, Tur, Visita de familiarización. - Técnicas de Apoyo: Clínica, Comisión, Consulta, Cuchicheo, Charla, Demostración de Método, Demostración de Resultado, Dramatización, Entrevista, Grupo de Discusión, Grupo de Observación, Grupo de Oyente, Grupo de reacción, Mesa de Discusión, Mesa de Trabajo, Phillips 66, Plenaria, Reunión en Corrillos, Sesión de Posters. 	31
IV. El Proceso Gerencial en los Eventos Especiales <ul style="list-style-type: none"> - Pre – evento - Evento - Post – evento - Resumen 	126
V.- Estructura Organizativa de los Eventos <ul style="list-style-type: none"> - Estructura general - Comité Organizador - Área de dirección - Asesoría - Área Técnica - Área operativa - Área planta física 	140
VI. Mercado de Eventos	161
VII. Evaluaciones de Resultados <ul style="list-style-type: none"> - Participantes - Expositores - Comité Organizador - Recomendaciones 	170

Anexos:	
1.- Modelos	176
2.- Formatos	250
3.- Reglamentos	260
4.- Glosario	274
Bibliografía	278