**TIPOLOGIA DE EVENTOS**

***ASAMBLEA***

***En  es una***[***reunión***](https://definicion.de/reunion/)***que mantienen los integrantes de un grupo con el objetivo de debatir ciertos temas y tomar decisiones al respecto. A partir de este significado, se desprenden varias acepciones del concepto.***

## Sesiones de la asamblea

El período que se consume en la discusión de los asuntos a tratar en la asamblea se llama sesión de trabajo de la asamblea. Estas sesiones pueden ser ordinarias y extraordinarias. Las primeras tienen fechas fijas; las segundas, se efectúan por iniciativa del comité ejecutivo del Organismo, o también, a solicitud de los miembros, siempre que estos cumplan lo que sobre el particular estipule el reglamento. Cuando las discusiones se prolongan suelen separarse en varias sesiones: sesión de la mañana, sesión de la tarde o sesión nocturna.

## Convocatoria y orden del día

Los organizadores remiten a todos los participantes una información sobre la fecha en que ha de celebrarse, el lugar, y los asuntos que han de tratarse. Esto se llama convocatoria. Los asuntos que han de tratarse se enumeran en cierto orden de importancia que se llama el *orden del día*(no debe decirse la orden del día porque este es un miento de los temas y no una orden o mandato).

## Funciones de los dirigentes

Las asambleas son dirigidas por personas responsables. El presidente es el encargado de orientar el [debate](https://www.ecured.cu/Debate), de conceder la palabra a los participantes y de resolver los asuntos de interpretación reglamentaria. Debe dar a conocer a la asamblea el orden del día o solicitarlo del [secretario](https://www.ecured.cu/index.php?title=Secretario&action=edit&redlink=1).

Ha de conducir la sesión en forma ordenada, tratando de que los asuntos que se planteen sean debidamente estudiados y que las discusiones se desarrollen en armonía. El secretario toma nota de lo que se plantea y acuerda y es el encargado de llevar al día las actas de las asambleas, así como la correspondencia, y otros documentos, cuando sea necesario en el transcurso de las sesiones. Por último, firmará las actas, que tendrán el visto bueno del presidente.

Estos cargos pueden ser fijos por corresponder a los que dirigen la organización que se reúne, o pueden ser electos por la masa al principio de la reunión, entre otros puede elegirse un colectivo de dirección, llamado *comúnmente presidium*, en el que distintos compañeros se alternan para dirigir la reunión.

## El quórum

Antes de dar comienzo a la asamblea debe comprobarse si hay suficiente número de participantes para que las decisiones que se adopten tengan validez, conforme al reglamento de la organización. Cuando el número de asistentes llena este requisito se dice que hay quórum.

El quórum puede ser, generalmente, de la mitad más uno de todos los miembros. Pero hay ciertas reglas que alteran ese número. Por ejemplo, si en la primera convocatoria no hay quórum ya en la segunda convocatoria se puede efectuar la reunión con cualquier número de asistentes. También se da el caso de que ciertos asuntos más graves requieren un quórum de dos terceras partes o más de los miembros.

En las asambleas regulares de las organizaciones, el primer punto del orden del día suele ser la lectura del acta de la sesión anterior, que se somete a consideración de la asamblea para ser aprobada o modificada en algunas de sus partes. Luego de la aprobación del acta de la sesión anterior, se entra en el punto siguiente señalado en el orden del día. Algunos asuntos requieren un informe oral o escrito por parte del presidente o de otro compañero a quien atañe la cuestión. Después de expuesto el [informe](https://www.ecured.cu/Informe), el presidente concede la palabra a los miembros de la asamblea y comienza el debate.

## La discusión

Nadie puede intervenir en una discusión a menos que oportunamente solicite el derecho al uso de la palabra. La persona que desee hablar debe dirigirse al que preside, levantando la mano. Esta le debe ser concedida si al momento de pedirla tiene derecho a la misma. Cuando dos o más personas soliciten la palabra a la vez, el presidente debe establecer turnos para otorgarla.

Por lo regular suele haber intervenciones a favor o en contra de la proposición presentada o de la cuestión central planteada en el informe. Cuando esto se produce, se acostumbra señalar un límite al número de turnos. Corrientemente, se establece la regla de dos turnos a favor y dos en contra, y luego se somete a votación el asunto que se debate.

En ocasiones, no se produce el debate porque hay concordancia de opiniones sobre el asunto presentado, y las intervenciones de los asambleístas se limitan a aclarar algunos aspectos, a profundizar en otros o a destacar la importancia de la cuestión planteada. La buena marcha de la discusión en una asamblea depende en gran parte, de la capacidad de dirección de quienes la presiden, y de la conciencia de los participantes en sus intervenciones.

## Votación

Una vez cerrada la discusión, los asambleístas deciden los asuntos los asuntos planteados mediante la votación. Esta no es más que el acto colectivo por el cual una organización reunida en asamblea expresa su voluntad. Sólo los miembros de la asambleahttp://www.ecured.cu/index.php?title=Asamblea&action=edit tienen derecho al voto. Si este es emitido por una persona ajena a la misma, es nulo. Ninguna proposición puede someterse a votación sin que previamente se haya discutido. Terminado esto, se lee la proposición que ha de votarse. Cuando no se trata de asuntos graves, las mociones son aprobadas con el voto de la mitad más uno de los participantes. Otras veces se requiere el voto de las dos terceras partes. En casos muy extremos, la unanimidad.

## Sesiones plenarias y comisiones

Una asamblea puede sesionar colectivamente, es decir, funcionar con todos sus participantes. Estas son las llamadas sesiones plenarias. Pero también una asamblea puede dividir su trabajo en comisiones. Las comisiones son grupos de trabajo que funcionan en asambleas menores con las mismas técnicas antes expresadas. Los acuerdos tomados por las diversas comisiones de trabajo son elevados después al conjunto de la asamblea, a la que se reintegran los miembros de las comisiones al final de sus sesiones. Esta sesión plenaria hace las conclusiones de todo el trabajo de las comisiones.

Las conclusiones son los acuerdos finales. Suelen estar a cargo del presidente de la asamblea o de la persona de más alto nivel, que somete a consideración de la masa, como proposiciones, el resultado del trabajo. Las asambleas de alguna trascendencia nacional suelen dividirse en varias partes. Tales son la apertura, las sesiones de trabajo y la clausura, que es el acto final.

***CONGRESO***

En un congreso se discutirán leyes, iniciativas y proyectos tendientes a mejorar la calidad de vida de los habitantes de un país.  
  
Es estos se están enriqueciendo la educación y los avances científicos  
Por un lado, a la reunión o conferencia que los miembros de un cuerpo llevan a cabo en forma periódica para debatir diversos temas inherentes al quehacer que despliegan se la denomina como congreso. Por ejemplo, este tipo de reuniones suele ser muy común dentro del campo de la medicina y sus diferentes especialidades y usadas por la mayoría de los profesionales médicos de una determinada actividad para intercambiar conocimientos, experiencias y realizarse consultas acerca de los principales problemas médicos que se les presentan en el desarrollo de su tarea.

Por otro lado, el concepto ostenta una importante participación y significado en un contexto político ya que con ese término en muchos lugares del mundo se designa al recinto o lugar físico en el cual se reúne el cuerpo o asamblea que tiene a su cargo el ejercicio del poder legislativo de un estado en un sistema de gobierno republicano.

***PANEL***

El panel de discusión **es una situación comunicativa expositiva en la cual un tema de interés general o polémico es abordado**por un grupo de especialistas, para ser debatido públicamente.

El panel de discusión se compone de tres elementos esenciales: los panelistas, el moderador y el público.

**Los panelistas** (entre tres y cinco por lo general) son especialistas o autoridades en la materia o en alguno de los aspectos específicos de esta. Vienen a aportar desde sus diferentes disciplinas de conocimiento o sus posturas, distintos puntos de vista del tema.

**El moderador**, por su parte, es la persona encargada de coordinar el panel de discusión, de controlar el tiempo, dar la palabra, presentar a los panelistas, mantener la discusión activa, formular preguntas y manejar las intervenciones del público.

E**l público**, finalmente, es el espectador del panel de discusión. Aunque no puede participar directamente, sí puede formular preguntas o realizar aportes a la discusión.

El panel de discusión se desarrolla como una especie de diálogo o conversación en la cual cada uno de los expertos va interviniendo y dando su opinión y complementando o contradiciendo a sus compañeros panelistas sobre cada uno de los aspectos del tema.

En este sentido, el panel de discusión se debe llevar a cabo de forma coherente, racional y objetiva, con espontaneidad y fluidez, para evitar dispersiones o valoraciones muy personales.

Al final de los paneles de discusión, por otro lado, es común que se abra la posibilidad al público para que intervenga, realice preguntas o haga comentarios sobre el tema.

**El objetivo fundamental del panel de discusión** es que el público o auditorio pueda ampliar, profundizar o actualizar su conocimiento sobre un tema de particular interés.

Los paneles de discusión son dinámicas de debate interesantes y enriquecedoras, muy comunes en congresos, simposios o encuentros de carácter académico o científico.

Vea también [Debate](https://www.significados.com/debate/).

## Características de un panel de discusión

Está conformado por los panelistas, un moderador y el público.

Es abordado un tema polémico o de interés general.

Tiene una duración definida, que puede ir de una a dos horas.

Cada panelista es una autoridad en su campo de conocimientos.

La discusión se lleva a cabo a modo de diálogo entre los participantes.

Cada panelista tiene un tiempo limitado para sus intervenciones.

El tema es abordado por los panelistas desde distintos enfoques.

***CONVENCIÓN***

Una **convención** es un evento de vocación privada, generalmente organizado por una sola [empresa](https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa), con una duración mínima de dos días y al menos cincuenta participantes. Las convenciones están orientadas a la generación de negocio y lo habitual es que tan solo asistan miembros de la empresa o empresas organizadoras.

Las razones por las que se organiza una convención son diversas, destacando entre ellas las siguientes:

* Lanzamiento de un nuevo [producto](https://es.wikipedia.org/wiki/Producto_(objeto)), [marca](https://es.wikipedia.org/wiki/Marca) o [imagen corporativa](https://es.wikipedia.org/wiki/Imagen_corporativa).
* Presentación de nuevos avances, estudios o innovaciones sobre un tema en concreto.
* [Motivación](https://es.wikipedia.org/wiki/Motivaci%C3%B3n) del personal de una compañía.

En materia de derechos humanos Protocolo se refiere al pacto de países para garantizar la protección y cumplimiento de derechos humanos

A la hora de poner en marcha una convención o jornada, hay que tener en cuenta cuatro componentes:

* El lugar en que se celebrará, que deberá ser lo suficientemente amplio y agradable como para acoger cómodamente a los invitados y que la reunión se desarrolle con éxito. Asimismo, deberá contar con instalación de megafonía y de proyección audiovisual así como de tarima o escenario desde donde expongan los ponentes, realicen mesas redondas, etc.
* El alojamiento, que no debe estar muy alejado del lugar de reunión
* El transporte de los convocados a la misma
* La alimentación, para lo que habrá que prever el suministro de café y bebidas para las pausas de la convención, así como la organización de comidas y cenas para los asistentes durante el periodo de duración.

Las entidades organizadoras intentan buscar entornos lo más atractivos posibles para maximizar el tiempo invertido y organizar otras actividades complementarias. Según estadísticas españolas, un tercio del gasto se destina al pago del alojamiento y otro tanto a satisfacer los gastos del evento incluyendo alquiler del salón y la organización. Las actividades contratadas para la convención o jornada suponen un quinto del total aproximadamente y el resto se gasta en alimentación y transporte.

***SIMPOSIO***

Es una reunión de expertos  .Las principales características del simposio son:   
  
\* Los exponentes o personas encargadas de intervenir deben ser expertos en la materia que se va a tratar.   
  
\* Los participantes pueden intervenir, sucesivamente, con el fin de refutar o apoyar las tesis expuestas, aunque la intención no es polemizar sino informar.   
  
\* Quien debe introducir el tema es el coordinador. El coordinador debe a su vez, presentar a cada uno de los ponentes, y enunciar algunos datos de su vida profesional y académica.   
  
\* El público se limita a escuchar, aunque generalmente, al final se da un espacio para hacer preguntas.   
  
\* Ya que, por lo general los temas tratados en los simposios requieren cierto grado de conocimientos y van dirigidos a un público particular, suele distribuirse un abstracto o resumen escrito de los principales puntos que se han tratado en el simposio.

***RUEDA DE PRENSA***

La rueda de prensa consiste en una reunión convocada por una fuente informativa para dar a conocer una noticia a los medios. Es un buen instrumento cuando disponemos de abundante información de calidad. Ésta es elegida para comunicar, es importante saber cómo y cuándo debemos utilizarla, organizándola sólo cuando tenga sentido. No es conveniente abusar de ella, ya que, en determinadas épocas del año, se suman las convocatorias y la competencia crece. Esto podría convertirse en un aspecto negativo y perjudicarnos. Se debe convocar cuando se tenga la seguridad de que existe alguna información importante que decir.

Para evitar una rueda de presenta en la que acuden pocos medios o ninguno, podemos encontrarnos con muchos factores ajenos a la entidad que debemos tener en cuenta: la actualidad, situaciones inesperadas, realización de otras ruedas de prensa en la mis fecha y hora, etc. También existen otros factores controlables que influyen, pero podemos ponerle remedio: realizar una presentación más atractiva y creativa, buena organización, convocarla adecuadamente o elaborar un material de apoyo bueno.

La convocatoria debe ser preparada con bastante antelación, con una o dos semanas antes para tenerlo todo bien preparado. Toda nota de prensa es conveniente complementarla con una carpeta informativa que será entregada al comienzo a periodistas.

La rueda de prensa ha ido evolucionando, organizándose cada vez menos ruedas de prensa clásicas. La situación de ahora es diferente y existen nuevos métodos para comunicar. Cada vez es más recomendado realizar encuentros exclusivos con los medios, siempre y cuando sepamos que la información que se ofrece aporta un valor añadido a los periodistas asistentes.

***CAPACITACIÓN***

La capacitación se define como el **conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa**. La capacitación les permite a los trabajadores [**poder**](https://conceptodefinicion.de/poder/) tener un mejor desempeño en sus actuales y futuros cargos, adaptándose a las exigencias cambiantes del entorno.

**Una empresa que capacita continuamente a su personal, jamás caerá en el atraso** y la obsolescencia de los conocimientos de estos, más bien contará con un [**recurso humano**](http://www.gerencie.com/el-recurso-humano-es-quizas-el-mejor-activo-de-la-empresa.html) actualizado y en competencia con los demás, impactando de manera positiva en la productividad de la organización. Contar con trabajadores que saben cómo actuar, qué hacer y cómo alcanzar el éxito de su empresa son imprescindibles y esto se logra en gran medida a la capacitación que recibe y a la disposición que el propio trabajador tenga de querer aprender y renovar conocimientos

En la actualidad **es muy frecuente que las empresas organicen cursos de capacitación empresarial**, para que sus empleados puedan conocer más acerca de su [**entorno laboral**](http://www.vidaprofesional.com.ve/blog/un-ambiente-laboral-sano-beneficia-el-crecimiento-de-la-empresa.aspx), sobre las nuevas condiciones del mercado, los avances en el área y sobre la nueva tecnología que se está aplicando.

La capacitación **va dirigida a aquel trabajador que va a desempeñar una nueva actividad**, ya sea porque va a ser reubicado a otro puesto dentro de la compañía o porque es un empleado nuevo en la empresa. Es por esto que el adiestramiento que recibe puede desglosarse en tres grandes grupos:

Capacitación de pre ingreso: esta se realiza con fines de selección, buscando ofrecer al nuevo personal los conocimientos o destrezas que estos necesiten para el buen desempeño de su cargo.

Capacitación de inducción: **se trata de una serie de actividades que permiten integrar al nuevo empleado a su puesto**, a su grupo, a su jefe y a la empresa.

Capacitación promocional: esta capacitación le otorga al empleado la posibilidad de alcanzar puestos de mayor jerarquía.

.

**CONFERENCIA**

Una conferencia es toda aquella reunión, normalmente con un alto grado de participantes y de espectadores, en la que se trata de realizar un debate sobre determinados puntos, promover una marca o abordar un tema para desarrollarlo desde el conocimiento y con diferentes perspectivas que enriquezcan el discurso. Es uno de los medios principales con los que las grandes firmas dan a conocer sus nuevas estrategias, iniciativas o incluso productos.

Una Conferencia puede tener muchas utilidades. Puede servir como un punto de encuentro entre una marca y sus consumidores, como un evento en el que compartir conocimientos sobre un tema o varios relacionados con un sector, o incluso como una celebración pensada con fines didácticos para aprender sobre una materia.

A nivel promocional, además de funcionar para conectar mejor con la audiencia, las compañías pueden emplearla para reforzar el impacto a la hora de presentar nuevos productos o servicios. Grandes eventos con los que se presenta y se anuncia a bombo y platillo una gran novedad para conseguir una mayor repercusión y, por tanto, asegurarse la visibilidad suficiente para ese anuncio recién realizado

A continuación, te ofrecemos 5 beneficios de asistir a conferencias:

#### ****1. Descubre las últimas tendencias en tu sector**** Las conferencias abordan las principales novedades en el sector en el que se centre su temática. Como asistente, te beneficiarás de un gran know-how sobre lo último en tu industria, por dónde irán las tendencias y cómo aprender de ellas.

#### ****2. Conoce a los mejores influencers**** Los eventos de alto nivel suelen tener una agenda brillante de ponentes de gran prestigio, nacional y en ocasiones también internacional. Acudiendo a estos actos, conocerás a estos influencers del sector y descubrirás de primera mano sus recomendaciones.

#### ****3. Saca partido de tu aprendizaje y aplícalo a tu negocio**** Una vez escuchadas todas las ponencias, tendrás una información muy importante sobre todas las novedades que atañen a tu actividad y consejos para enfrentarte a los nuevos desafíos. Es una magnífica oportunidad para aprender cómo aplicar estas estrategias a tu negocio.

#### ****4. Conoce qué están haciendo tus competidores y cómo sobresalir sobre ellos**** Es muy frecuente que en las conferencias se hable como ejemplo de caso de éxito de las estrategias que han llevado al éxito a una empresa. En todas ellas, además, se analizan diferentes consejos para crecer. Por ello, es muy importante conocer qué están haciendo otras empresas y cómo implementar estas técnicas en tu actividad para sobresalir por encima de tus planes.

.

***FORO***

1. **Qué es un foro?** Un foro es un tipo de reunión donde las personas conversan y opinan sobre un tema que les interesa. En el foro se genera una discusión, dirigida por un moderador que interviene para que sea ordenada.
2. Actualmente, el foro también se desarrolla de manera escrita, pues en internet existen numerosos sitios web que albergan foros virtuales.
3. **Principales características del foro**
4. - Participa una gran cantidad de personas con perspectivas diversas.
5. - Se discute en torno a un tema acordado previamente.
6. - Hay un moderador encargado de presentar el tema, regular las intervenciones de los participantes y estimular la discusión con preguntas.
7. - Todos los participantes intervienen en la discusión aportando sus puntos de vista y dialogando respetuosamente con las distintas perspectivas.
8. Por la cantidad de participantes, cada intervención ha de ser breve, no debe superar los dos minutos en promedio.
9. - Como discusión estructurada, el foro se desarrolla con un **inicio** o introducción que hace el moderador, en la que presenta el tema que se discutirá y las reglas para los participantes; un **desarrollo** en el que los participantes exponen sus opiniones, respetando los turnos de habla determinados por el moderador, y un **cierre**, también a cargo del moderador, quien sintetiza los principales puntos de la discusión y agradece la participación.

**Para realizar el foro tengan presentes las siguientes recomendaciones:**

1. -Todos los integrantes del curso deben conocer el tema previamente, para que puedan discutir con fundamentos.
2. -Es importante que los diferentes participantes aporten con distintos puntos de vista acerca del tema. Si todos piensan igual, no hay intercambio de ideas.
3. - Es conveniente designar un coordinador que regule las intervenciones y que sintetice las ideas claves del tema.
4. -Recuerden poner atención a las distintas dimensiones de la comunicación: en lo verbal, cuiden expresarse con claridad y en un lenguaje adecuado; en lo para verbal, manejen las pausas y la intensidad de la voz de acuerdo a las ideas que quieren enfatizar; y en lo no verbal, miren a los ojos a los demás participantes del foro, demuestren interés al escuchar y procuren no realizar movimientos mecánicos que distraigan a los interlocutores o a la audiencia.
5. - Como en todo ejercicio de comunicación oral, la tolerancia, el respeto a las personas, opiniones y tiempos, son claves.

***MESA REDONDA***

* Como **mesa redonda** se denomina a la dinámica de debate que convoca a un grupo de participantes, sin diferencias ni jerarquías, para presentar y desarrollar sus opiniones y puntos de vista sobre determinada materia.
* la **mesa redonda** es un acto comunicativo Su nombre, **mesa redonda**, obedece precisamente a que en ella **no existen distinciones ni privilegios**, sino que todos los participantes están sujetos a las mismas reglas y ostentan los mismos derechos.
* Es una **dinámica usual**, por ejemplo, en **debates políticos o académicos**, donde la finalidad es **contrastar los diferentes puntos de vista**, para tener una visión más amplia sobre determinado tema. Este tipo de dinámicas puede ser muy beneficiosa en la etapa educativa.
* Vea también [Discusión](https://www.significados.com/discusion/).

## Características

* Como tal, , de exposición oral, que es conducida por un moderador e integrada por un grupo de participantes o expositores, que puede o no contar con la presencia de un público. Su **estructura** se divide en cuatro partes: la presentación e introducción, el cuerpo de la discusión, la sesión de preguntas y respuestas, y la conclusión.
* En una **mesa redonda**, los participantes **han decidido previamente el tema** sobre el que van a debatir, y se han puesto de acuerdo con relación a las **reglas** bajo las cuales se va a desarrollar el evento, que por lo general estipulan el tiempo establecido para cada intervención, el orden de las participaciones, y el respeto al derecho del otro de expresar su punto de vista sin ser interrumpido o incomodado.
* **El rol de cada integrante de la mesa redonda** está previamente definido por el tipo de dinámica. **El moderador** será el encargado de la conducción, la introducción, la presentación de los participantes, el cierre y las conclusiones, así como de velar por el cumplimiento de los tiempos y de dirigir las intervenciones del público; **los participantes**, por su parte, se encargarán de preparar previamente su intervención, mientras que **el público** se limitará a intervenir con preguntas que puedan complementar los temas debatidos.

**COLOQUIO**

La conferencia-coloquio, que es uno de los más eficaces medios de comunicación, puede tener por objeto reunir a un grupo afín para cambiar informaciones y experiencias, intentar la solución de algún problema, fijar una política, solventar una dificultad técnica o administrativa, decidir o recomendar determinado curso de acción o lograr definir satisfactoriamente el sentido de una situación específica con la cooperación de todos los reunidos. Estas reuniones de trabajo, tan en boga en la gerencia moderna, se basan en la elaboración colectiva de las experiencias y de las opiniones de los individuos que participan en ellas, con el fin de indicar soluciones válidas a los problemas que constituyen su objeto. SUS CARACTERISTICAS Una reunión de esta naturaleza, que no puede ser jamás una exhibición personal porque está basada en un trabajo de preparación y una participación activa de los diversos integrantes de la misma, ha de ofrecer

.  
. Implica grupo. 2. Requiere previsión y preparación. 3. Tiene una función aclarativa e informativa. 4. Es esencialmente formativa. 5. No necesita director de reunión. 6. No es un debate.

***PRESENTACIÓN DE PRODUCTO***

La **presentación de producto** es una acción que da a conocer el resultado de la investigación y elaboración de un producto. Entre los diferentes[**tipos de presentación,**](https://www.modelopresentacion.com/tipos-de-presentacion)cuando se trata de un**producto** hay que tener en cuenta aspectos que van más allá de [**cómo hacer una presentación**](https://www.modelopresentacion.com/como-hacer-una-presentacion.html) profesional. Esto será parte del evento, pero desde el proceso creativo pasando por el lugar o la organización del acto.

Fases de la **presentación de producto**:

* Briefing: esta será la clave para que el resultado no sorprenda ni dé una sensación no esperada al cliente. Escuchar sus necesidades y expectativas es importante, tanto como acompañarle en el proceso y no permitir que se haga una idea que no beneficie al **producto.**
* Propuesta: presentar la propuesta del proyecto es enseñar un borrador de la idea para seguir o no por ese camino.
* Elaborar una **presentación**: en este caso la presentación de producto es similar a la que haríamos para presentar un proyecto, con la diferencia de que hay que extenderse en las partes referentes al **producto**, proporcionando información también sobre la parte estética. Hay que desarrollar todas las partes que afectan al lanzamiento de un **producto.**
* Gestión de equipos: la**presentación de producto** engloba muchos detalles: desde el local donde se hará, pasando por la comunicación del evento.

La **publicidad y el marketing** es el área que más trabaja con la **presentación de productos.** Y para promocionarlos llevan a cabo las más variadas y creativas campañas.

***SEMINARIO***

* seminario, y algunas fuentes lo consideran como organismo docente en el que los alumnos se adiestran en la investigación o en la práctica de alguna disciplina. Otra acepción del término lo define como el establecimiento donde los individuos destinados al estado eclesiástico reciben la instrucción y la educación que la Iglesia exige de sus futuros sacerdotes. La que detallaremos es la forma organizativa del proceso de enseñanza.
* Seminario (seminarius): perteneciente al semen, a la semilla, casa o lugar destinado para la educación de los niños y jóvenes.
* Función cognoscitiva: El seminario es un laboratorio de creación en el que se afianzan los conocimientos recibidos por los estudiantes durante la conferencia o como resultado del trabajo individual a la vez que se formulan nuevos planteamientos que hasta el momento no habían aparecido dentro de la esfera de atención de los estudiantes. Es decir, los estudiantes adquieren el hábito para el razonamiento propio, desarrollan la expresión, y perfilan y agudizan su pensamiento.
* Función educativa: Los seminarios contribuyen notablemente a la formación de convicciones y permiten al profesor conocer con más profundidad los criterios de los estudiantes para encaminarlos hacia la erradicación de criterios erróneos y actitudes negativas y desarrolla el sentido de la responsabilidad.
* Educa la voluntad, el [colectivismo](https://www.ecured.cu/Colectivismo), el espíritu de crítica y autocrítica y contribuye a la formación de la concepción científica del mundo en los alumnos.
* Función de control: Esta función se pone de manifiesto en el hecho de que el seminario permite que el profesor conozca la profundidad y sistematicidad del estudio de sus alumnos, mediante el desarrollo de esa actividad se constatan las dificultades o los logros de los estudiantes en su actividad docente lo que posibilita las correcciones necesarias.
* Estas tres funciones no actúan independientemente sino por el contrario en estrecha vinculación y forman un sistema.

Funciones:

* Profundizar, consolidar y concretar la materia estudiada y a la vez plantear nuevos problemas ( que sirven de inicio a otros contenidos).
* Desarrolla la habilidad de pensar por sí mismos, de autoevaluarse y evaluar a los demás, así como de analizar los datos de la ciencia y la práctica social.
* Favorece la ejecución de procesos del pensamiento como el análisis, la síntesis, la comparación y la generalización.
* Contribuye a que argumenten sus criterios con fundamento y encuentren soluciones a la problemáticas que se planteen; a formar puntos de vista y opiniones acordes con la ideología [marxista –leninista](https://www.ecured.cu/Marxismo) y
* Desarrolla habilidades en el manejo del libro de texto, documentos y otros materiales y los pasos de una metodología para sintetizar, extrae lo esencial, y elaborar resúmenes.

### Tipos:

### Ponencia-oponencia, Paneles, Mesa redonda, Video- debate

**REUNIÓN DE VENTAS**

* la reunión tiene que llevarse a cabo por lo menos una vez a la semana y de un tiempo de duración de no más de 45 minutos.  Debe estar dirigida por el supervisor inmediato.  También debe haber una mensual de vendedores y supervisores con el Gerente de ventas nacional o de Distrito si aplicara.
* Los temas a tratar en una reunión de ventas semanal son diferentes a una reunión mensual.  Por lo general en una reunión semanal se pasa revista al desempeño del vendedor en la semana anterior, si cubrió su cuota de ventas de la semana y si no la cubrió explicar las razones de por qué no la logró y cómo va a recuperar esas ventas.

i mismo. La reunión mensual trata profundamente el tema de la cuota de ventas y en el caso que el vendedor no la haya alcanzado este debe de dar una explicación lógica del por qué no la cumplió.  El vendedor que en un trimestre no cubre su cuota de ventas por lo menos dos veces tiene que ser separado del puesto.  En esa reunión se deberá dar a conocer las cuotas de ventas de cada vendedor y supervisor del mes que se inicia. Se debe tratar  los cobros pendientes por hacer pues el ciclo de ventas no se cierra hasta tanto el dinero no ha entrado completamente a la empresa.  Por lo general muchos gerentes de ventas no se preocupan mucho por los cobros pendientes y ese es un grave error que se paga bastante caro. Se discuten temas relacionados con las visitas a los clientes, las cuotas de ventas tanto del mes recién pasado como la cuota de ventas del próximo mes. La reunión de ventas termina con un brindis y un discurso motivacional.  Se motiva al vendedor a través de premios, regalos, viajes y convenciones. Como puede verse para una empresa ser líder en su mercado solo hay que aplicar una regla sencilla y es trabajar duro cada día.

**REUNIÓN DE ACCIONISTAS**

La [Junta General de Accionistas (JGA)](https://accionistaseinversores.bbva.com/gobierno-corporativo-y-politica-de-remuneraciones/junta-general-2018/) es uno de los principales órganos de gobierno de una sociedad de capital. En ella, los propietarios de la sociedad (accionistas) adoptan los acuerdos sobre aquellas materias que la ley y los estatutos sociales determinen. En el caso de las sociedades anónimas cotizadas, las JGAs tienen una estructura definida, establecida por la [ley de sociedades de capital](https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-10544).

## Cuántos tipos de JGAs existen?

La JGA puede ser **ordinaria o extraordinaria**. Las juntas ordinarias se convocan una vez al año, dentro de los seis primeros meses siguientes al cierre del ejercicio anterior, para, en su caso: aprobar la gestión social, las cuentas del ejercicio anterior y resolver sobre la distribución del resultado. El resto de Juntas tienen la condición de extraordinarias.

Además, los administradores estarán obligados a convocar la JGA cuando lo soliciten uno o varios socios que representen, al menos, un 5% del capital social, porcentaje que en el caso de sociedades cotizadas es del 3%.

## ¿Quién puede asistir a una JGA?

**Todos los accionistas** tienen derecho a acudir a la JGA. Ahora bien, en sociedades abiertas como las anónimas, los estatutos podrán **condicionar dicha asistencia a la tenencia de un número mínimo de acciones** (que, en el caso de las sociedades cotizadas no podrá ser superior a mil acciones).

Asimismo, en caso de no poder asistir, los accionistas tienen derecho a designar un**representante** para que asista y vote en su nombre en la Junta General. La representación deberá conferirse por escrito o por medios de comunicación a distancia que cumplan los requisitos establecidos en la ley para el ejercicio del derecho de voto a distancia y con carácter especial para cada Junta.

En las sociedades anónimas, de conformidad con los estatutos, el voto de las propuestas sobre puntos del orden del día de cualquier clase de JGA podrá delegarse o ejercitarse por el accionista mediante **correspondencia postal, electrónica** o cualquier medio de **comunicación a distancia**, siempre que quede garantizada la identidad del accionista. Los accionistas que emitan su voto a distancia deben ser tenidos en cuenta a efectos de constitución de la Junta como presentes.

Puede darse la situación de que **accionistas minoritarios** interesados en acudir a la JGA, no lleguen a reunir el número mínimo de acciones exigido por estatutos. En estos casos, la ley incorpora la posibilidad de que agrupen sus acciones de manera que puedan alcanzar el mínimo exigido.

## Estructura de una JGA de una sociedad anónima cotizada

1. **Convocatoria.** Siguiendo el procedimiento establecido en la ley, mediante anuncio publicado en el [**Boletín Oficial del Registro Mercantil**](https://www.boe.es/diario_borme/) o en un diario de gran circulación y en las páginas web de la entidad y de la [**CNMV**](http://www.cnmv.es/portal/home.aspx), en el que se incluya, entre otros, el **nombre de la sociedad, la fecha y hora de la reunión y el orden del día** con los asuntos a tratar. La JGA se celebrará, por regla general, en el término municipal donde la sociedad tenga su domicilio social.
2. **Establecimiento de la mesa.** Salvo disposición contraria de los estatutos, el presidente y el secretario de la Junta serán los del Consejo de Administración. A la mesa le corresponde dirigir el desarrollo de la Junta.
3. **Lista de asistentes**. Antes de entrar en el orden del día se determinará el número de accionistas presentes o representados en la Junta, así como el importe del **capital social** del que sean titulares.
4. **Constitución de la Junta.** En primera convocatoria, la constitución será válida cuando los accionistas presentes o representados posean, al menos, el 25% del capital suscrito con derecho de voto. En segunda convocatoria, será válida la constitución de la junta cualquiera que sea el capital concurrente a la misma, salvo que los estatutos fijen un **quorum** determinado. No obstante, se requerirá un quorum reforzado para que la Junta pueda acordar válidamente determinados acuerdos, como el **aumento o reducción del capital social** y cualquier otra **modificación de los estatutos sociales** (50% en primera convocatoria y 25% en segunda), conforme establece la ley o los estatutos.
5. **Desarrollo de la Junta.** Lectura del orden del día e intervenciones que pudieran establecerse por la mesa de la Junta.
6. **Ejercicio del derecho de información de los accionistas.**Durante la Junta los accionistas podrán solicitar informaciones o aclaraciones sobre los asuntos comprendidos en el orden del día. Terminado el turno de intervenciones, se procederá a contestar a los accionistas, generalmente por los integrantes de la mesa.
7. **Votación.** Finalizadas las intervenciones se procederá a la votación de las propuestas de acuerdos. Se considera voto en sala el de aquellos**accionistas presentes o representados** en el acto de la Junta. También se computarán los votos a distancia que se emiten previamente por los canales establecidos por la sociedad.
8. **Adopción de acuerdos.** En las sociedades anónimas, normalmente se necesitará alcanzar una **mayoría simple de los votos**, aunque para determinadas materias establecidas por ley (o en caso de que así lo determinen lo estatutos) se pueden establecer**mayorías superiores**.

***REUNIÓN JUNTA DIRECTIVA***

La  responsabilidad de la junta directiva en una empresa trasciende hoy a la costumbre común de limitarse a una mirada retrospectiva de los negocios y de sus estados financieros, o incluso a ser una reunión social con agenda abierta de personas de confianza de los accionistas o de la gerencia.

Para que las reuniones no presenciales orales se prediquen válidas, es necesario el cumplimiento de los siguientes requisitos:

• “ Que todos los socios o miembros que componen el respectivo órgano puedan deliberar y decidir. Tales reuniones se encuentran exoneradas de los requisitos de convocatoria y celebración dentro del domicilio social, precisamente porque se parte de la base que en ella participarán todos los asociados.

• “Que la comunicación que se establezca entre ellos sea simultánea o sucesiva.

• “Que el medio técnico empleado para llevar a cabo la comunicación a distancia permita probar las deliberaciones realizadas y las decisiones adoptadas, mediante mecanismos tales como grabaciones o filmaciones. “En los casos mencionados, la Superintendencia de Valores, en ejercicio de sus funciones de control sobre los emisores, puede verificar la realidad e idoneidad del medio que se emplee para surtir la comunicación entre los asociados o miembros de la junta directiva.

Fuentes consultadas:

<https://www.uv.es/uvweb/campus-ontinyent/es/campus/asamblea-estudiantes-1285926244368.html>

<https://www.superfinanciera.gov.co/SFCant/Normativa/Conceptos2006/2006003648.pdf>

https://www.bbva.com/es/francisco-gonzalez-carlos-es-el-mejor-lider-para-bbva/

***CONCLUSIONES***

***ASAMBLEA***

***En  es una***[***reunión***](https://definicion.de/reunion/)***que mantienen los integrantes de un grupo con el objetivo de debatir ciertos temas y tomar decisiones al respecto. A partir de este significado, se desprenden varias acepciones del concepto.***

***CONGRESO***

En un congreso se discutirán leyes, iniciativas y proyectos tendientes a mejorar la calidad de vida de los habitantes de un país.

***PANEL***

El panel de discusión **es una situación comunicativa expositiva en la cual un tema de interés general o polémico es abordado**por un grupo de especialistas, para ser debatido públicamente.

***CONVENCIÓN***

Una **convención** es un evento de vocación privada, generalmente organizado por una sola [empresa](https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa), con una duración mínima de dos días y al menos cincuenta participantes. Las convenciones están orientadas a la generación de negocio

***SIMPOSIO***

Es a una reunión de expertos  .   
Los exponentes o personas encargadas de intervenir deben ser expertos en la materia que se va a tratar.

***RUEDA DE PRENSA***

La rueda de prensa consiste en una reunión convocada por una fuente informativa para dar a conocer una noticia a los medios.

***MESA REDONDA***

Como **mesa redonda** se denomina a la dinámica de debate que convoca a un grupo de participantes, sin diferencias ni jerarquías, para presentar y desarrollar sus opiniones y puntos de vista sobre determinada materia

***CAPACITACIÓN***

La capacitación se define como el **conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa**

***CAPACITACIÓN***

La capacitación se define como el **conjunto de actividades didácticas, orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades y aptitudes del personal que labora en una empresa**

**CONFERENCIA**

Una conferencia es toda aquella reunión, normalmente con un alto grado de participantes y de espectadores, en la que se trata de realizar un debate sobre determinados puntos, promover una marca o abordar un tema para desarrollarlo desde el conocimiento y con diferentes perspectivas que enriquezcan el discurso

***FORO***

**Qué es un foro?** Un foro es un tipo de reunión donde las personas conversan y opinan sobre un tema que les interesa. En el foro se genera una discusión, dirigida por un moderador que interviene para que sea ordenada.

**COLOQUIO**

La conferencia-coloquio, que es uno de los más eficaces medios de comunicación, puede tener por objeto reunir a un grupo afín para cambiar informaciones y experiencias, intentar la solución de algún problema, fijar una política, solventar una dificultad técnica o administrativa, decidir o recomendar determinado curso de acción o lograr definir satisfactoriamente el sentido de una situación específica con la cooperación de todos los reunidos

***PRESENTACIÓN DE PRODUCTO***

La **presentación de producto** es una acción que da a conocer el resultado de la investigación y elaboración de un producto

***SEMINARIO***

seminario, y algunas fuentes lo consideran como organismo docente en el que los alumnos se adiestran en la investigación o en la práctica de alguna disciplina

***REUNION DE VENTAS***

La reunión mensual trata profundamente el tema de la cuota de ventas y en el caso que el vendedor no la haya alcanzado este debe de dar una explicación lógica del por qué no la cumplió

**REUNIÓN DE ACCIONISTAS**

La [Junta General de Accionistas (JGA)](https://accionistaseinversores.bbva.com/gobierno-corporativo-y-politica-de-remuneraciones/junta-general-2018/) es uno de los principales órganos de gobierno de una sociedad de capital. En ella, los propietarios de la sociedad (accionistas) adoptan los acuerdos sobre aquellas materias que la ley y los estatutos sociales determinen.

***REUNIÓN JUNTA DIRECTIVA***

Mirada retrospectiva de los negocios y de sus estados financieros, o incluso a ser una reunión social con agenda abierta de personas de confianza de los accionistas o de la gerencia

**FESTIVAL**  
CELEBRACIÓN DE CARÁCTER SOCIAL QUE TIENE UNA PERIODICIDAD. SEGÚN EL ANTROPÓLOGO PEDRO MORÁN HAY UNA ÉLITE QUE TIENE MAYOR PARTICIPACIÓN Y ESTA ES MÁS CEREMONIOSA, TIENE NORMAS Y NO PERMITE QUE PARTICIPE CUALQUIERA.  
  
**FERIA**  
SE REALIZA PERIÓDICAMENTE EN TORNO A UN producto DETERMINADO, POR LO GENERAL PARA PROMOVERLO. FERIA DEL LIBRO, DEL AUTOMÓVIL, DEL GANADO... INCLUYE UNA SERIE DE EVENTOS LÚDICOS. LA MÁS POPULAR EN MEDELLÍN ES LA DE LAS FLORES.  
  
**FIESTA**  
CELEBRACIÓN POPULAR Y ABIERTA, SIN NORMAS NI REGLAMENTACIÓN PARA PARTICIPAR. LA IDEA ES QUE TODOS SE LA GOCEN. PUEDEN TENER UN PROPÓSITO RELIGIOSO O SIMPLEMENTE NINGUNO. CUALQUIER REUNIÓN FESTIVA ESTÁ CONSIDERADA ASÍ.  
  
**CARNAVAL**  
ES UNA FIESTA POPULAR QUE SE REALIZA ANTES DE LA CUARESMA Y, POR LO GENERAL, LAS PERSONAS SE DISFRAZAN O UTILIZAN MÁSCARAS Y DESFILAN EN COMPARSAS. “LOS ETNÓLOGOS COINCIDEN EN QUE TIENE ORIGEN PAGANO. CON ELLOS SE CELEBRAN MITOS Y TRADICIONES. ES MUY CERCANO A LAS FORMAS PRE TEATRALES, COMO EL RITUAL Y LOS CULTOS A DIONISIO”, SEÑALA CRISTÓBAL PELÁEZ, EL DIRECTOR DEL TEATRO MATACANDELAS.

EN COLOMBIA HAY TRES MUY IMPORTANTES: EL DE BARRANQUILLA, QUE SE CELEBRA EN FEBRERO, Y QUE TIENE COMO PERSONAJE AL REY MOMO;

EL DE BLANCOS Y NEGROS, EN PASTO, SIEMPRE EN ENERO Y FAMOSO, ENTRE OTROS ELEMENTOS, POR SUS CARROZAS.

EL DE RIOSUCIO, CALDAS, QUE ES CADA DOS AÑOS Y ES RECONOCIDO POR LAS CUADRILLAS Y EL DIABLO DEL CARNAVAL.

**EVENTO**

ES EL PROCESO DE DISEÑO, PLANIFICACIÓN Y PRODUCCIÓN DE CONGRESOS, FESTIVALES, CEREMONIAS, FIESTAS, CONVENCIONES U OTRO TIPO DE REUNIONES, CADA UNA DE LAS CUALES PUEDE TENER DIFERENTES FINALIDADES.

Presentación:

Los eventos empresariales (también conocidos como *eventos corporativos*) son esenciales para los negocios hoy en día. Toda empresa o negocio debe tener la capacidad de organizar eventos que impulsen un crecimiento desde adentro y al mismo tiempo eduquen al público acerca del lugar y propósito de una empresa dentro de su industria. Y sin lugar a duda, una de las mejores maneras de lograrlo es con la **organización de eventos empresariales**.   
  
Normalmente los [eventos empresariales](http://www.sarao.com.mx/blog/eventos-empresariales/) incluyen conferencias, actividades inter-empresa y proyectos comunitarios... Todo esto enfocado a reforzar y lograr las metas de la empresa. Y aunque en buena medida, la mayor parte de los *eventos empresariales* están enfocados a trabajo, estos eventos también son conocidos por su capacidad de divertir, entretener e integrar a todos los asistentes al evento.   
  
La integración en los eventos empresariales se vuelve particularmente importante cuando la empresa tiene numerosas locaciones (sobre todo cuando éstas se encuentran en diferentes ciudades o países). En este caso, las empresas pueden optar por organizar un evento empresarial semestral o anual para gerentes y directivos con el fin de lograr un mayor involucramiento entre ellos y para compartir metas, objetivos, recursos e información que ayude a la empresa.   
  
También existen eventos empresariales cuya meta es el lanzamiento de un producto o una línea de productos. En este caso, el evento empresarial puede consistir de exposiciones, exhibiciones, demostraciones, etc... Todas enfocadas a capturar la atención del mercado y generar nuevos clientes para la empresa. 

Sin importar el tipo de evento empresarial, hay varios aspectos que se deben tener en cuenta para que dicho evento sea exitoso. El punto más importante es siempre organizar eventos empresariales con una meta específica o una misión para el evento bien definida.   
  
Una vez definido el objetivo del evento, se debe tener en cuenta la agenda del evento. Actividades, conferencias, páneles, entretenimiento, comidas, socialiación... todo esto y más debe ser incluído y tomado en cuenta al organizar la agenda y el horario tentativo del evento.   
  
Finalmente, cuando la meta y la agenda del evento hayan sido definidas, se comienza la planeación detallada de cada actividad. Para lograr esto, es recomendable contratar a una empresa que tenga amplia experiencia en la organización de eventos empresariales, ya que los detalles para cada actividad son interminables y pueden llegar a absorber demasiado tiempo a un elemento importante de la empresa.   
  
Si te consideras un aficionado de la organización y además cuentas con grandes dotes comunicativas, puede que un puesto de organizador de eventos sea una buena opción de cara a tu futuro laboral.

Entre las funciones de un organizador de eventos se encuentran las labores relacionadas con la organización y la producción de eventos de todo tipo como congresos, jornadas, inauguraciones, foros profesionales, celebraciones festivas…etc.

Un buen organizador de eventos debe ser capaz de buscar acuerdos con asociaciones, federaciones y colectivos empresariales y empresas del. .medio.