



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

**Master en Dirección de Comunicación: Web 3.0 + RRPP + Protocolo y Eventos + Titulación Universitaria**





Elige aprender en la escuela  
**líder en formación online**

# ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

## SOMOS EUROINNOVA

---

**Euroinnova International Online Education** inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de

**19**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Hasta un

**98%**

tasa  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,  
**Elige Euroinnova**



**QS, sello de excelencia académica**  
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

## RANKINGS DE EUROINNOVA

---

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## BY EDUCA EDTECH

---

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



### ONLINE EDUCATION

---



Ver en la web

# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas  
**PROPIOS**  
**UNIVERSITARIOS**  
**OFICIALES**

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

### 1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

### 2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

### 3. Nuestra Metodología



#### 100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



#### APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



#### EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



#### NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

## 4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



## 5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



## 6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

## FINANCIACIÓN Y BECAS

---

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

**25%** Beca  
ALUMNI

**20%** Beca  
DESEMPLEO

**15%** Beca  
EMPRENDE

**15%** Beca  
RECOMIENDA

**15%** Beca  
GRUPO

**20%** Beca  
FAMILIA  
NUMEROSA

**20%** Beca  
DIVERSIDAD  
FUNCIONAL

**20%** Beca  
PARA PROFESIONALES,  
SANITARIOS,  
COLEGIADOS/AS



[Solicitar información](#)

## MÉTODOS DE PAGO

---

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## Master en Dirección de Comunicación: Web 3.0 + RRPP + Protocolo y Eventos + Titulación Universitaria



**DURACIÓN**  
710 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
4 ECTS

### Titulación

---

Doble Titulación: - Titulación de Master en Dirección de Comunicación: Web 3.0 + RRPP + Protocolo y Eventos 600 horas expedida por Euroinnova Business School y Avalada por la Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales - Titulación Universitaria en Relaciones Públicas con 4 Créditos Universitarios ECTS con 110 horas

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



acciones incluidas en un plan de medios establecido.

## A quién va dirigido

---

El Master en Dirección de Comunicación: Web 3.0 + RRPP + Protocolo y Eventos está dirigido a todos aquellos profesionales del sector que deseen seguir formándose en la materia, así como a personas interesadas en dedicarse profesionalmente a las funciones de comunicación empresarial.

## Para qué te prepara

---

Este Master en Dirección de Comunicación: Web 3.0 + RRPP + Protocolo y Eventos le prepara para tener una visión completa de las funciones que se realizan en el entorno de las relaciones públicas, así como a adquirir las técnicas oportunas para organizar eventos y realizar un plan de medios de comunicación.

## Salidas laborales

---

Relaciones públicas / Comunicación Corporativa / Plan de medios / Organización de eventos / Community manager.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## TEMARIO

---

### PARTE 1. HABILIDADES DIRECTIVAS

#### MÓDULO 1. LA FIGURA DEL DIRECTOR EN LA EMPRESA

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DIRECTIVO

1. El proceso directivo
2. Liderazgo
3. Motivación

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

1. Introducción
2. El contenido de los procesos de dirección
3. La dimensión estratégica de la dirección
4. Dimensión ejecutiva de la dirección
5. El desarrollo de la autoridad

#### MÓDULO 2. LA NEGOCIACIÓN EN EL ÁMBITO DIRECTIVO EMPRESARIAL

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA NEGOCIACIÓN

1. Concepto de negociación
2. Estilos de negociación
3. Los caminos de la negociación
4. Fases de la negociación

##### UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

1. Estrategias de negociación
2. Tácticas de negociación
3. Cuestiones prácticas

##### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA FIGURA DEL SUJETO NEGOCIADOR

1. La personalidad del negociador
2. Habilidades del negociador
3. Características del sujeto negociador
4. Clases de negociadores
5. La psicología en la negociación

#### MÓDULO 3. GESTIÓN DE LIDERAZGO DE GRUPOS EN LAS EMPRESAS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS RELACIONES GRUPALES

1. El funcionamiento del grupo

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. El rol en el grupo
3. El liderazgo en el grupo
4. La comunicación en el grupo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA DINÁMICA DE GRUPOS

1. ¿Qué es la dinámica de grupos?
2. ¿Qué son las técnicas grupales?
3. Clasificación de las técnicas grupales
4. Fundamentos de selección y aplicación de las técnicas grupales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN

1. Técnicas de grupo grande
2. Técnicas de grupo mediano
3. Técnicas de grupo pequeño
4. Técnicas de trabajo o producción grupal
5. Técnicas de dinamización grupal
6. Técnicas para el estudio y trabajo de temas
7. Técnicas de evaluación grupal

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. DIRECCIÓN DE REUNIONES, DESARROLLO Y CIERRE DE LA REUNIÓN

1. Realizar la presentación
2. El arte de preguntar y responder
3. Intervención de los participantes
4. Utilización de medios técnicos y audiovisuales
5. Cierre de la reunión
6. Elaboración del acta de reunión

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE GRUPOS (I)

1. ¿Qué son las habilidades sociales?
2. La asertividad
3. La empatía
4. La escucha activa
5. La autoestima

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. EL LIDERAZGO EN EL EQUIPO

1. Liderazgo
2. Enfoques en la teoría del liderazgo
3. Estilos de liderazgo
4. El papel del líder

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12 . COACHING Y LIDERAZGO DE EMPRESA

1. El coaching como ayuda a la formación del liderazgo
2. El coaching como estilo de liderazgo
3. El coach como líder y formador de líderes

4. El líder como coach

UNIDAD DIDÁCTICA 13. TÉCNICAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO

1. Programa de entrenamiento
2. Técnicas de desarrollo en equipo

MÓDULO 4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y MOTIVACIÓN EN EL PUESTO DE TRABAJO

UNIDAD DIDÁCTICA 14. CONCEPTOS PREVIOS

1. Introducción al conflicto
2. Perspectivas y definición del conflicto
3. Elementos básicos y tipos de conflictos
4. Niveles del conflicto

UNIDAD DIDÁCTICA 15. PREVENIR, AFRONTAR Y RESOLVER EL CONFLICTO

1. Estrategias para prevenir el conflicto
2. La gestión de conflictos: principios básicos
3. Estrategias para resolver conflictos

UNIDAD DIDÁCTICA 16. ESTRÉS LABORAL. CONSECUENCIAS Y MANEJO

1. Definición de estrés
2. Factores condicionantes de estrés: la cuerda floja
3. Síntomas de estrés
4. Consecuencias del estrés a corto y a largo plazo
5. Características individuales del Estrés
6. Consecuencias del estrés sobre la salud
7. Efectos del estrés
8. Estrés en el puesto de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 17. MOTIVACIÓN LABORAL

1. La motivación en el entorno laboral
2. Teorías sobre la motivación laboral
3. El líder motivador
4. La satisfacción laboral

MÓDULO 5. LA COMUNICACIÓN Y SU IMPORTANCIA EN LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 18. LA COMUNICACIÓN

1. El proceso de comunicación
2. Tipos de comunicación
3. Barreras de la comunicación
4. La comunicación efectiva
5. Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

## UNIDAD DIDÁCTICA 19. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
2. Tratamiento y flujo de la información en la empresa
3. La comunicación interna de la empresa
4. La imagen corporativa e institucional en los procesos de información y comunicación en las organizaciones
5. La comunicación externa de la empresa
6. La relación entre organización y comunicación en la empresa: centralización o descentralización
7. Herramientas de comunicación interna y externa

## UNIDAD DIDÁCTICA 20. COMUNICACIÓN NO VERBAL

1. El lenguaje no verbal
2. Relaciones entre la conducta verbal y no verbal
3. Entablar relaciones

## UNIDAD DIDÁCTICA 21. RELACIONES INTERPERSONALES

1. La comunicación interpersonal
2. Filtros y Barreras de la Comunicación
3. El conflicto interpersonal
4. Cómo expresar críticas y tipos de escucha activa
5. Obstáculos que se pueden presentar
6. Técnicas para mejorar esta habilidad Social

## PARTE 2. RELACIONES PÚBLICAS

### MÓDULO 1. COMUNICACIÓN

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Concepto de la comunicación
2. Elementos que intervienen en el proceso de comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Tipos de comunicación
5. Efectos y obstáculos de la comunicación
6. Decálogo de la comunicación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Comunicación e información
2. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
3. Tratamiento y flujo de la información en la empresa
4. Tipos de comunicación en la empresa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LA EMPRESA

1. La comunicación interna
2. La comunicación externa

3. Herramientas de comunicación interna y externa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. La Comunicación comercial
2. Fuentes de información de la comunicación comercial
3. Identidad e imagen corporativa

#### MÓDULO 2. PUBLICIDAD

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PUBLICIDAD

1. Concepto de publicidad
2. Procesos de comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA EMPRESA ANUNCIANTE

1. El departamento de publicidad en la empresa
2. Selección de la empresa publicitaria

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA AGENCIA PUBLICITARIA

1. La agencia de publicidad
2. Estructura y funciones
3. Clasificación de agencias de publicidad

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD

1. Concepto y clasificación
2. Medios publicitarios
3. Internet y publicidad
4. Estrategias publicitarias

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Definición y concepto de Relaciones Públicas
2. Cómo montar una operación de Relaciones Públicas

#### MÓDULO 3. RELACIONES PÚBLICAS Y LA WEB 2.0: EXPERTO EN MARKETING VIRAL

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA

1. Concepto de protocolo
2. Tipos de protocolo
3. Protocolo en la empresa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING

1. Introducción
2. La publicidad y la Web

[Ver en la web](#)



3. El marketing unidireccional de la interrupción
4. Antiguas normas del marketing
5. Las relaciones públicas y la prensa
6. Antiguas normas de las relaciones públicas
7. Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

#### UNIDAD DIDÁCTICA 13. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)

1. Medios sociales
2. Redes sociales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 14. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)

1. Blogs
2. Microblogging
3. Wikis
4. Podcast
5. Plataformas de vídeo
6. Plataformas de fotografía

#### UNIDAD DIDÁCTICA 15. MARKETING VIRAL. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1. ¿Qué es el marketing viral?
2. Procesos del marketing viral
3. La importancia de los contenidos en la Web
4. Estrategias de marketing y relaciones públicas
5. Marketing y las redes sociales

#### PARTE 3. ASPECTOS PRÁCTICOS DE MARKETING, PUBLICIDAD, MEDIOS Y VENTAS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EJEMPLO PLAN DE MARKETING

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLO PLAN DE PUBLICIDAD

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJEMPLO PLAN DE MEDIOS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EJEMPLO PLAN DE VENTAS

#### PARTE 4. COMMUNITY MANAGER

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

1. ¿Qué es un Community Manager y qué no es?
2. ¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
3. Habilidades, Aptitudes y Actitudes del Community Manager
4. El día a día de un Community Manager
5. Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
6. Definir las metas de un Community Manager
7. Tipos de Community Manager

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. CASOS DE ÉXITO

1. Estrategias de éxito en las redes
2. ¿Qué audiencia tienen las redes sociales?
3. Casos de afinidad entre marca y usuario
4. La marca aprende a través de la experiencia de usuario. Crowdsourcing
5. Marketing Viral

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES

1. Evolución de las redes sociales
2. Haz una copia de seguridad de tus perfiles en Redes Sociales
3. Comprueba si tu estrategia de empresa en Redes Sociales es la adecuada
4. Los 10 errores más frecuentes en la Gestión de Redes Sociales: Qué no hacer

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. REDES SOCIALES PROFESIONALES

1. Qué pasos seguir a la hora de iniciar una campaña de marketing online
2. Las Redes Sociales aplicadas a pequeños negocios
3. Cómo utilizar LinkedIn para atraer negocio a tu empresa. Cómo contactar con potenciales clientes
  1. - Crear una página de empresa
  2. - Estrategias de Marketing en LinkedIn
  3. - Como encontrar clientes potenciales
4. Los elementos de una buena recomendación en LinkedIn
5. Otras Redes Sociales Profesionales. Xing

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. BLOGS

1. ¿Qué es un blog?
  1. - Autonomía de un blog
  2. - Características de los blogs
2. El blog como herramienta de marketing en la empresa
3. Cómo hacer un blog único y exitoso
4. Una propuesta concreta para implantar un blog corporativo (análisis estratégico)
5. Cómo dirigirse, contactar y captar la atención de un bloguero
6. Estrategias de crecimiento de un blog
  1. - Marketing de contenidos
  2. - SEO (Optimización para motores de búsqueda)
7. Plataformas de blogs: Livejournal, Blogger, WordPress, Technorati...
  1. - Wordpress

2. - Blogger
3. - Livejournal
4. - Technorati
8. Herramientas avanzadas de monitorización
9. Tipos de Blog
10. Conoce cómo proteger tu blog de Wordpress de posibles ataques

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. MICROBLOGGING

1. Twitter: lo bueno si es breve, 2 veces bueno
2. Herramientas para optimizar el uso de twitter
3. Como hacer crecer tú marca en twitter
  1. - Twitter Ads
  2. - Twitter Analytics
4. Otros sistemas de microblogging

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. SINERGIA DE LAS REDES SOCIALES

1. Cómo conectar diversas redes para ahorrar tiempo y recursos: LinkedIn, Twitter, Facebook y blogs
  1. - Conectar Facebook con Twitter
  2. - Conectar Facebook con MSN
  3. - Conectar LinkedIn con Twitter
2. Diez reglas básicas para comunicarse con los usuarios de las Redes Sociales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. WIKIS Y WIKIPEDIA

1. La Wikipedia como fuente de información libre y universal
2. Definición de wiki
3. La incorporación de los wikis en el mundo empresarial

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

1. Cómo la sindicación de contenidos beneficia al tráfico de nuestra página: los RSS
2. Qué es un Podcast y cómo utilizarlos
  1. - Origen
  2. - Contenidos de un podcast
  3. - ¿Cómo se escucha un podcast?
  4. - ¿Dónde se almacenan los podcast?
  5. - ¿Cómo utilizar el podcast para tu negocio por Internet?
3. Cómo redactar mejores post

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. PLATAFORMAS DE VÍDEO

1. Cómo aprovechar al máximo las herramientas de YouTube
2. El posicionamiento en YouTube
3. Otras plataformas de vídeo

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. PLATAFORMAS DE FOTOGRAFÍA

1. Cómo utilizar las plataformas de fotografía en beneficio para nuestra marca o producto
2. Flickr y Panoramio

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD

1. Trucos para animar una Comunidad online
2. Estrategias de participación en Redes Sociales
3. La voz de la empresa o la marca

#### UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA RUMOROLOGÍA

1. Situaciones de crisis en la red: los hoax
2. Cómo atajar el problema
  1. - Cómo interpretar el gráfico de ciclo de vida de Crisis en Redes Sociales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 14. REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de tu reputación online
2. Herramientas y consejos para monitorizar online
  1. - ¿Qué podemos medir en la monitorización?
  2. - ¿Cómo podemos medir? Optimizar las herramientas disponibles
  3. - Aprende a Monitorizar la reputación online de tu negocio
3. Branding digital ¿qué dicen de tu marca en Internet?
4. Creación de sistema de escucha/alertas
  1. - Brandwatch
  2. - Google Alerts
  3. - HootSuite
  4. - TweetReach
  5. - Social Mention
  6. - Google Analytics
  7. - Mention
  8. - Addictomatic
  9. - HowSociable
  10. - TweetDeck
5. Importancia de opiniones en la red

#### UNIDAD DIDÁCTICA 15. LAS LICENCIAS EN LA RED

1. La propiedad intelectual en la red, en las redes sociales y en los blogs
  1. - Protección de la Propiedad Intelectual
  2. - Protección de los datos de carácter personal
  3. - Protección de la privacidad, honor, intimidad y propia imagen
  4. - Protección de los consumidores y usuarios
2. Licencias: Creative Commons
3. Valores de la Web 2.0 y normas de conducta básica

#### UNIDAD DIDÁCTICA 16. CÓMO MEDIR Y EVALUAR LOS RESULTADOS EN BASE A INDICADORES CLAVE (KPI'S)

1. ¿Qué y cómo se puede medir?

2. Analítica Web

1. - Análisis gratuito a tu Web para mejorar el SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 17. DEFINICIÓN E IDENTIFICACIÓN DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES

1. ¿Qué es una comunidad?
2. Factores clave en el desarrollo de una comunidad virtual
  1. - Estrategia 1: Soporte a la comunidad
  2. - Estrategia 2: Convertirse en el miembro de la comunidad
  3. - Otros aspectos relevantes en el desarrollo de comunidades virtuales
3. Análisis de las principales comunidades: fines y herramientas
4. Facebook - Guía de Facebook
  1. - Te ayudan a protegerte
  2. - Fomentar un comportamiento respetuoso
  3. - Proteger tu cuenta e información personal
  4. - Proteger tu propiedad intelectual
5. Twitter - Guía de Twitter
  1. - Limitaciones del contenido y uso de Twitter
  2. - Comportamiento abusivo
  3. - Spam
6. YouTube - Guía de YouTube

UNIDAD DIDÁCTICA 18. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
  1. - ¿Qué variables podemos tener en cuenta en nuestro Social Media?
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing
  1. - Cómo hacer correctamente un envío de Email
  2. - ¿Son rentables nuestras acciones de Email Marketing?

PARTE 5. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO.

1. Glosario básico.
2. Aproximación al protocolo.
3. El sesgo cultural en el protocolo.
4. Actos públicos / Actos privados.
5. Normativa sobre protocolo.
6. Protocolo y sector privado.
7. Tipos de protocolo.
8. Necesidad de un protocolo empresarial.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EN LAS EMPRESAS.

1. Políticas de Comunicación Integral (PCI).
2. La formación comunicacional de los directivos.
3. Cómo se planifica un acto público.
4. La seguridad en los actos.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. TRATAMIENTOS, PRESENTACIONES, SALUDOS, VISITAS, PUNTUALIDAD Y VESTIMENTA.

1. El concepto de cortesía.
2. Recibimiento de visitas en un despacho.
3. La puntualidad.
4. El vestuario.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. INVITACIONES, PRECEDENCIAS Y PRESIDENCIAS.

1. Las invitaciones.
2. La precedencia.
3. Las presidencias.
4. El invitado de honor y la cesión de la presidencia.
5. Acomodación de los invitados
6. Los banquetes.
7. Formas en la mesa.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTOCOLO INSTITUCIONAL.

1. Elementos del Estado.
2. Las Comunidades Autónomas.
3. Títulos nobiliarios.
4. Los tratamientos honoríficos.
5. Condecoraciones.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA.

1. Necesidad del protocolo en la empresa.
2. Seleccionar y colocar invitados en los actos.
3. Las reuniones de negocios.
4. Agasajos en los negocios.
5. Exhibiciones comerciales.
6. Inauguración de empresa.
7. Visita a empresa.
8. Entrega de distinciones empresariales.
9. Viaje de negocios.
10. Negociación con delegaciones.

### PARTE 6. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

1. Imagen y de comunicación de la empresa:
  1. - Mecenazgo, patrocinio y colaboración.

2. - Consolidación de marcas y productos.
2. Eventos en marketing y comunicación:
  1. - Ferias.
  2. - Actos promocionales.
  3. - Actos institucionales.
  4. - Congresos.
  5. - Recepciones.
  6. - Ruedas de prensa y otros eventos.
3. Documentación interna de planificación.
  1. - Cronograma y Organización de eventos.
  2. - Planos, información práctica.
  3. - Seguridad del evento.
4. Atención especial a autoridades.
5. Comunicación de eventos entre otros:
  1. - Correspondencia.
  2. - Publicidad del evento.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTRATACIÓN DE ESPACIOS, MEDIOS Y PERSONAS PARA EVENTOS.

1. Selección y negociación de ofertas.
  1. - Especificaciones del lugar, material y equipo necesario.
  2. - Lugares de celebración.
  3. - Proveedores de servicios.
2. Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios.
  1. - Contratación de servicios de logística y catering del evento.
  2. - Contratación de otros medios de apoyo al evento.
3. Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos:
  1. - Personal para el evento.
  2. - Contratación y transmisión de instrucciones y normas.
4. Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación.
  1. - Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de eventos.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

1. Supervisión y seguimiento de eventos.
  1. - Control de participantes.
2. Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico.
3. Repercusión en los medios y Dossier de prensa.
4. Calidad en los servicios de gestión de eventos.
  1. - Tratamiento de las reclamaciones y quejas.
  2. - Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos.
5. Evaluación de servicios requeridos por los eventos.
  1. - Elaboración de informes de actos y eventos.
  2. - Indicadores de calidad del evento.
  3. - Cuestionarios de satisfacción.
6. Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos.

## PARTE 7. PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. REGULACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN PUBLICIDAD.

1. Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor.
2. Diferenciación de conceptos clave:
  1. - Publicidad ilícita.
  2. - Publicidad subliminal.
  3. - Publicidad engañosa y desleal.
3. Regulación publicitaria en Internet.
4. Códigos deontológicos en el sector.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS.

1. Plan de medios:
  1. - Concepto.
  2. - Características y elementos de planificación.
2. Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación:
  1. - Diferenciación de medios, soportes y formas publicitarias.
  2. - Publicidad convencional y no convencional.
  3. - Internet como medio publicitario y de relaciones con clientes.
3. Modelos de planes de medios:
  1. - Fuentes de información e investigación de medios de comunicación.
  2. - Características y diferencias.
  3. - Obtención del ranking de soportes: audiencia, costes, rentabilidad, afinidad, etc.
  4. - Cuadro de mando de una campaña publicitaria.
4. Criterios de elección de medios y soportes:
  1. - Según producto.
  2. - Según público objetivo: targets.
  3. - Evaluación de perfiles y clientes potenciales y objetivos del plan de medios.
  4. - Tarifas y otros criterios de elección del mix del plan de medios.
5. Formas específicas de publicidad en Internet:
  1. - Banners, Inserciones, Enlaces patrocinados, e-mails comerciales, contenidos a medida, entre otros.
  2. - Efectividad sobre otras formas y canales publicitarios tradicionales.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJECUCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.

1. Calendario de inserciones publicitarias:
  1. - Representación gráfica del plan de medios.
2. Presupuesto del plan de medios:
  1. - Confección del presupuesto total y desglosado por períodos y por medios.
  2. - Recomendaciones para la compra de espacios en medios.
  3. - Optimización del plan de medios.
3. Ejecución del plan de medios.
  1. - Relaciones entre agencias y anunciantes.
  2. - Relaciones entre agencias y los medios.
4. Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias.
  1. - El contrato de publicidad.

2. - El contrato de difusión publicitaria.
  3. - El contrato de creación publicitaria.
  4. - El contrato de patrocinio.
  5. - La contratación «on line».
  6. - Facturación.
5. Cursaje de emisión:
1. - Gestión eficiente del cursaje de emisión.
  2. - Elaboración de órdenes de cursaje.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

## ¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

### Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

¡Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,  
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 900 831 200

 [formacion@euroinnova.com](mailto:formacion@euroinnova.com)

 [www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)

### Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By  
**EDUCA EDTECH**  
Group