



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

**Postgrado en Gestión y Planificación Estratégica de una Empresa Informativa +
Titulación Universitaria con 5 Créditos ECTS**





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
INTERNACIONAL 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

Postgrado en Gestión y Planificación Estratégica de una Empresa Informativa + Titulación Universitaria con 5 Créditos ECTS



DURACIÓN
425 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Postgrado en Gestión y Planificación Estratégica de una Empresa Informativa con 300 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - CTitulación Universitaria en Dirección Estratégica de RRHH con 5 Créditos Universitarios ECTS con 125 horas. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

A quién va dirigido

El presente Postgrado en Gestión y Planificación Estratégica de una Empresa Informativa va dirigido a todos aquellos profesionales de este entorno que quieran ampliar sus conocimientos y desempeñar su función en la dirección de empresas y a profesionales de producción y difusión de la información que quieran obtener las habilidades necesarias para la gestión de empresas informativas.

Para qué te prepara

Este Postgrado en Gestión y Planificación Estratégica de una Empresa Informativa te prepara para tener una visión amplia y precisa del entorno empresarial en relación con las funciones de administración y dirección estratégica, prestando atención a las diferentes labores que se deben realizar para desenvolverse profesionalmente en el entorno del sector informático.

Salidas laborales

Administración y dirección de empresas / Altos cargos empresariales / Recursos humanos / Gestión de empresas informativas / Periodismo.

TEMARIO

PARTE 1. ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS BASES DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

1. Introducción a la estrategia empresarial
2. Pensamiento estratégico
3. Aspectos esenciales de la estrategia
4. Los tipos de estrategias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

1. Visión, misión y valores Empresariales
2. Esquema del proceso estratégico
3. Organización y niveles de planificación de la decisión estratégica
4. Las unidades estratégicas de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general PEST/EL
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Grado de rivalidad existente entre los competidores
6. Amenaza de productos sustitutivos
7. Poder de negociación de los clientes
8. Poder de negociación de los proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA EMPRESA

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado.
5. Matriz General Electric-McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ESTRATEGIA PROPUESTA

1. Generación de opciones estratégicas
2. Formulación y selección de la estrategia
3. Criterios de elección y evaluación de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO

1. Puesta en marcha de la estrategia
2. Nuevo diseño organizativo

[Ver en la web](#)



3. Disponibilidad de recursos
4. Control y evaluación de resultados
5. Inicio de ajustes correctivos
6. Cuadro de mando integral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. 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 8. 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 9. COMUNICACIÓN NO VERBAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA NEGOCIACIÓN

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

UNIDAD DIDÁCTICA 12. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

1. Estrategias de negociación
2. Tácticas de negociación

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

3. Cuestiones prácticas

UNIDAD DIDÁCTICA 13. EL 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

PARTE 2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RRHH

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RRHH

1. Conceptualización
2. Perspectivas en la dirección estratégica de los recursos humanos
3. La relación entre la estrategia empresarial y la de recursos humanos
4. Modelos de gestión estratégica de RRHH
5. Proceso de DERRHH
6. Barreras a la DERRHH

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLANIFICACIÓN DE LAS PLANTILLAS DE TRABAJO

1. Importancia y concepto de la planificación de recursos humanos
2. Modelos de planificación de recursos humanos
3. Análisis y descripción del puesto de trabajo
4. Objetivos de la valoración de puestos de trabajo
5. Métodos de la valoración de puestos de trabajo
6. Aplicación salarial de la valoración por puestos de trabajo
7. Planificación de carreras
8. Plan de sucesión

UNIDAD DIDÁCTICA 3. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

1. La importancia del profesiograma
2. El proceso de reclutamiento
3. Canales de reclutamiento
4. Tipos de reclutamiento
5. El proceso de selección
6. Test de selección
7. La entrevista laboral
8. Entrevistas estructuradas
9. Dinámicas de Grupo
10. Plan de acogida

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA ESTRATEGIA DE RECLUTAMIENTO 3.0

1. El uso de las nuevas tecnologías en la búsqueda de trabajo.
2. La estrategia del Employer Branding.

Ver en la web



UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y GESTIÓN DEL TALENTO

1. La sociedad del conocimiento
2. La gestión del conocimiento
3. El talento como elemento de diferenciación
4. La gestión del talento
5. La detección del talento en la empresa
6. Atracción, desarrollo y retención del talento
7. Caso de estudio voluntario: la NASA y la gestión del conocimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMAS DE FORMACIÓN

1. La formación como opción estratégica
2. Diagnóstico de las necesidades de formación
3. La elaboración del plan de formación
4. Diseño y gestión de las acciones formativas
5. Financiación de la formación continua

UNIDAD DIDÁCTICA 7. POLÍTICA RETRIBUTIVA Y SISTEMAS DE COMPENSACIÓN

1. La nueva faceta de la retribución
2. Los modelos de elección de la política retributiva: Interés, utilidad y satisfacción
3. Objetivos del sistema retributivo
4. El modelo de la compensación total
5. Diseño e implantación de la estructura salarial
6. Sistemas de recompensa alternativos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN POR COMPETENCIAS. IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS

1. El concepto de la competencia laboral
2. Objetivos y utilidades de un sistema de competencias
3. Tipos de competencias
4. Perfiles de competencias
5. Diseño de mapas de competencias
6. Implantación del sistema por competencias
7. Dificultades y reconocimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

1. ¿Por qué evaluar el desempeño?
2. Beneficios y problemas más comunes
3. Pasos de la evaluación del desempeño
4. Aplicaciones para la evaluación del desempeño
5. Evaluación de 360 grados
6. Relación del desempeño con la remuneración

UNIDAD DIDÁCTICA 10. GESTIÓN POR OBJETIVOS Y GESTIÓN POR VALORES

1. Estrategia, misión, visión y objetivos organizacionales

2. La necesidad de establecer objetivos
3. Gestión por objetivos
4. Los valores en la empresa
5. Gestión por valores
6. Objetivos de gestión por valores

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA COMUNICACIÓN VIRTUAL

1. La comunicación en el nuevo modelo formativo de las empresas.
2. La comunicación virtual en la empresa: Redes Sociales Corporativas
3. El Marketing Interno

UNIDAD DIDÁCTICA 12. NUEVOS RETOS DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

1. Wellbeing: el bienestar en el trabajo
2. El clima laboral y productividad
3. El empowerment o empoderamiento
4. De la ética empresarial a la responsabilidad social corporativa
5. La consultoría de Recursos Humanos
6. El responsable de Recursos Humanos como arquitecto de la estrategia

PARTE 3. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE UNA EMPRESA INFORMATIVA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA NUEVA CONFIGURACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LAS NOTICIAS.

1. La disrupción de la industria de las noticias.
 1. - Causas de la crisis.
 2. - Efectos de la crisis.
2. Cómo afecta a la crisis a la actividad periodística.
 1. - Despidos, precariedad, desprestigio: pérdida de credibilidad.
 2. - Menoscabo de la identidad.
3. Las perspectivas de futuro.
 1. - Oportunidades en los modelos de producción y distribución.
 2. - Cambios en los modelos de negocio.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONCEPTO Y LA NATURALEZA DE LA EMPRESA PERIODÍSTICA.

1. El fundamento social de las empresas periodísticas.
 1. - De las noticias a la credibilidad.
 2. - La constitución como cuarto poder.
 3. - Inserción en las legislaciones que rigen las sociedades.
2. Los aspectos comerciales.
 1. - Sin ánimo de lucro: públicas, ONG.
 2. - Los beneficios son necesarios.
3. La misión y la visión; los fines y las estrategias.
 1. - Misión de las empresas periodísticas, sea cual sea su modelo.
 2. - Fines y estrategias apropiadas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA OFERTA DE LAS EMPRESAS PERIODÍSTICAS.

1. La información, la publicidad y los servicios.
 1. - Oferta publicitaria.
 2. - Oferta de participación.
2. Las características y las cualidades del contenido informativo.
 1. - Valores en los contenidos informativos.
 2. - Mensajes técnicamente bien hechos.
3. La adaptación a las pautas de consumo.
 1. - Tiempo de acceso a la oferta.
 2. - Lugar de acceso a la información.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL MERCADO INFORMATIVO: ASPECTOS CLAVE.

1. La identificación del mercado.
 1. - Público destinatario.
 2. - Anunciante.
 3. - Competencia.
2. La incidencia de la publicidad en el mercado de las empresas informativas.
 1. - Contrato de difusión.
 2. - Publicidad ilícita.
3. Los controles de difusión y audiencia para el conocimiento del mercado.
 1. - Controles de tirada, difusión y distribución.
 2. - Controles de audiencia.
 3. - Metodologías de medición en el entorno digital.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL MODELO DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS INFORMATIVAS.

1. El modelo de negocio y la delimitación del mercado.
 1. - Calidad del producto en la propuesta de valor.
 2. - Segmentación del mercado.
 3. - Efecto de la segmentación en el producto informativo.
2. El valor del cliente.
 1. - Valor de la contraprestación.
 2. - Valor de gratuidad.
 3. - Valor económico de la audiencia en negociación publicitaria.
 4. - Valor de publicidad como fuente de ingresos. Sistemas de facturación.
3. La estructura de costes.
 1. - Costes en la empresa de prensa.
 2. - Costes e la empresa de radio.
 3. - Costes en la empresa de televisión.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA CULTURA EMPRESARIAL.

1. La misión y los fines.
 1. - Valores corporativos.
 2. - Misión de la compañía.
 3. - Buen gobierno de las organizaciones periodísticas.
2. Los objetivos.
 1. - De la idea a la acción.
 2. - Control y evaluación de objetivos.

3. Las prioridades y las estrategias.
 1. - Decisiones estratégicas.
 2. - Inteligencia directiva y niveles de dirección.
 3. - Ventaja competitiva.
 4. - Indicadores de calidad en la dirección estratégica.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA ESTRUCTURA Y LA ORGANIZACIÓN

1. El concepto de "organización".
 1. - División del trabajo.
 2. - Organigrama.
 3. - Mecanismos de coordinación.
2. El diseño de la estructura organizativa.
 1. - Diseño de los puestos de trabajo.
 2. - Diseño de las unidades.
 3. - Diseño de los vínculos laterales.
 4. - Diseño del sistema decisor.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES.

1. El sistema de operaciones en la empresa informativa y los factores de producción.
 1. - Factores productivos.
2. Los objetivos de las operaciones.
 1. - Reducción de costes.
 2. - Mejora de la calidad.
 3. - Aumento de la flexibilidad.
3. Los procesos productivos, la distribución en planta y la capacidad operativa.
 1. - Clasificación de los procesos productivos.
 2. - Disposición en planta.
 3. - Capacidad de producción.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO INFORMATIVO.

1. El servicio de distribución.
 1. - Factores que influyen en el proceso de distribución.
 2. - Distribución en prensa.
 3. - Distribución en radio y televisión.
2. Las promociones como estrategia de comercialización.
 1. - Enfoque de las promociones de venta.
 2. - Modelos de promoción.
 3. - Promociones enfocadas al anunciante (Promociones de publicidad)
3. La fijación de precios.
 1. - Fijación de precio de venta al público.
 2. - Fijación de tarifas publicitarias.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: PRINCIPIOS BÁSICOS Y ETAPAS.

1. El concepto y los principios básicos.
 1. - Principios básicos.

2. - Objetivo y funciones.
2. Las etapas del proceso de planificación.
 1. - Misión y visión de la empresa.
 2. - Análisis de mercado y DAFO.
 3. - Las cuatro P del marketing.
 4. - Fijación de objetivos.
 5. - Diseño de estrategias.
 6. - Programa de acción y mecanismos de control.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CÓMO SE CONSTITUYE UNA EMPRESA.

1. Los tipos de empresas.
 1. - Criterios económicos de clasificación de las empresas.
 2. - Criterios jurídicos de clasificación de las empresas.
2. La constitución de una sociedad limitada.
3. El autónomo o free lance.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA FINANCIACIÓN DE PROYECTOS PERIODÍSTICOS.

1. El periodismo y las finanzas.
 1. - Financiación colectiva a través de donaciones.
 2. - Otros mecanismos de creación de valor.
 3. - Valores y ética periodística.
2. El ecosistema emprendedor.
 1. - Lanzadera, incubadora, aceleradora.
 2. - Experiencia de los grandes grupos.
3. El periodismo sin ánimo de lucro.

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA GESTIÓN EFICAZ DE LOS RECURSOS HUMANOS.

1. La importancia de gestionar bien a los periodistas.
 1. - Características del trabajo.
 2. - Empatía con las audiencias.
2. Las cualidades del buen periodista.
 1. - Destrezas y conocimientos.
 2. - Aptitudes y actitudes.
3. La motivación necesaria.
 1. - Lo monetario y lo personal.
 2. - Liderazgo.

UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS INFORMATIVAS.

1. La teoría de la responsabilidad social.
 1. - Informe Hutchins e Informe MacBride.
 2. - En tiempo de redes.
2. La responsabilidad social corporativa.
 1. - Cuando la imagen es importante.
 2. - Servicios reales a la sociedad.
3. Los indicadores de responsabilidad social corporativa.

1. - Indices de transparencia.
2. - Diálogo constructivo.

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS EMPRENDEDORES.

1. La presentación de los trabajos emprendedores.
 1. - Exposición oral de proyectos.
 2. - Marca personal, redes y capital social.
2. La presentación de negocios ante inversiones.
 1. - Estructura y contenido del plan de negocio.
 2. - Errores comunes en la presentación.
3. La motivación necesaria.
 1. - Por qué es una buena idea participar.
 2. - Criterios de evaluación.

UNIDAD DIDÁCTICA 16. EL MARCO REGULADOR DE LAS EMPRESAS INFORMATIVAS: RADIO Y TELEVISIÓN.

1. La Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual.
 1. - Regulación de contenidos.
 2. - Regulación de tiempos y formatos publicitarios.
2. La Ley General Audiovisual.
 1. - Emisión de contenidos y derechos del público.
 2. - Emisión de contenidos publicitarios.
 3. - Adjudicación de licencias y pluralismo.
 4. - Sanciones.
3. La supervisión de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.
 1. - Competencias de la CNMC.

EDITORIAL ACADÉMICA Y TÉCNICA: Índice de libro Empresa informativa XXI, Galán Gamero, Javier (coordinador) · Aguado Guadalupe, Guadalupe · Caro González, Francisco Javier · Manfredi Sánchez, Juan Luis. Publicado por Editorial Síntesis

¿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

 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