



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Curso de Marketing en la Actividad Comercial





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

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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

Descripción

Este Curso de Marketing en la Actividad Comercial le ofrece una formación especializada en la materia. Con la realización de este Curso de Marketing en la Actividad Comercial de la Familia Profesional de Marketing y Comunicación y más concretamente del área de conocimiento Marketing y Relaciones Públicas el alumno estudiara los conceptos básicos y específicos de dicha materia. Realiza esta formación y especialícese en Marketing en la Actividad Comercial.

Objetivos

Identificar los elementos básicos relativos a marketing, el mercado, el producto, los precios, la investigación comercial, el consumidor, la distribución y la comunicación comercial necesarios para ser capaz de desempeñar las funciones de apoyo y colaboración en la aplicación y seguimiento de las políticas de marketing en la empresa.

A quién va dirigido

Este Curso de Marketing en la Actividad Comercial está dirigido a todas aquellas personas interesadas en especializarse en dicha materia correspondiente a la Familia Profesional de Marketing y Comunicación y más concretamente del Área de Conocimiento Marketing y Relaciones Públicas y que quieran especializarse en Marketing en la Actividad Comercial.

Para qué te prepara

Este Curso de Marketing en la Actividad Comercial le prepara para especializarse en Marketing en la Actividad Comercial dentro de la Familia Profesional de Marketing y Comunicación y más concretamente del área de conocimiento Marketing y Relaciones Públicas, todo ello con único objetivo que es: Identificar los elementos básicos relativos a marketing, el mercado, el producto, los precios, la investigación comercial, el consumidor, la distribución y la comunicación comercial necesarios para ser capaz de desempeñar las funciones de apoyo y colaboración en la aplicación y seguimiento de las políticas de marketing en la empresa.

Salidas laborales

Realiza nuestro curso actividad comercial, con el cual adquirirás los conocimientos y las competencias necesarias, que te capacitarán para trabajar en Marketing y Comunicación y/o Marketing y Relaciones Públicas.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING

1. Concepto y contenido del marketing. Origen y evolución del concepto.
2. Funciones del marketing en la empresa y en la economía.
3. Tipos de marketing: marketing estratégico y marketing operativo. Marketing interno y externo. Marketing de relaciones o relacional. Marketing emocional. Marketing social. Marketing político. Marketing de servicios.
4. El marketing-mix: El producto. El precio. La distribución. La comunicación.
5. El marketing en la gestión de la empresa.
6. Orientación de la actividad comercial de la empresa: Hacia el producto. Hacia las ventas. Hacia el consumidor. Hacia la competencia. Hacia el mercado.
7. Organización del departamento de marketing de una empresa atendiendo a diferentes criterios. Estructura y organigramas.
8. Tendencias actuales del marketing. Aplicación de las nuevas tecnologías. El marketing en Internet.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MERCADO

1. El concepto de mercado, funciones y límites.
2. Las clasificaciones del mercado.
3. La estructura del mercado.
4. El entorno: microentorno y macroentorno.
5. La segmentación de mercados.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1. El estudio del comportamiento del consumidor: necesidades y deseos. Motivos de compra. Tipos de consumidores. Consumidor final e industrial.
2. El proceso de decisión de compra del consumidor final: fases del proceso y variables que influyen en el mismo. Búsqueda de información. Satisfacción poscompra.
3. Determinantes internos del comportamiento de compra: motivaciones, percepción, aprendizaje y experiencia. Características personales. Actitudes.
4. Determinantes externos del comportamiento: entorno, cultura y valores sociales, clase social, grupos sociales, familia e influencias personales.
5. Situaciones de compra y de consumo.
6. El proceso de decisión de compra del consumidor industrial.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

1. La necesidad de información de una empresa.
2. El concepto de investigación comercial.
3. El sistema de información de Marketing.
4. Las fases de la investigación comercial.
5. Las fuentes de información.
6. Técnicas de investigación.

7. Tratamiento y análisis de datos.
8. Elaboración y presentación de resultados.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PRODUCTO

1. El concepto de producto.
2. El producto como política de marketing.
3. Clasificación de los productos.
4. La dimensión del producto.
5. La marca.
6. El ciclo de vida del producto.
7. Estrategias en la política del producto.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PRECIO

1. El precio del producto como instrumento de marketing.
2. Objetivos de la política de precios.
3. Factores que condicionan el precio de un producto: normativa legal, los objetivos de la empresa, los costes, los proveedores, los intermediarios, el ciclo de vida del producto.
4. El mercado y la competencia. La elasticidad de la demanda.
5. Componentes del precio de un producto o servicio. Costes y márgenes. Costes de fabricación y de distribución. Margen comercial bruto y neto.
6. Métodos de fijación de precios a partir del coste. Cálculo del punto muerto. Cálculo de los costes fijos y variables. Cálculo del precio de venta: coste más márgenes.
7. Métodos de fijación de precios: basados en la competencia y basados en la demanda de mercado.
8. Estrategias en política de precios: Estrategias para líneas de productos. Estrategias para productos nuevos. Estrategias de precios diferenciados. Estrategias de precios psicológicos. Estrategias de precios geográficos. Estrategias diferenciales. Estrategias competitivas.
9. Cálculo de costes y del precio de venta del producto, utilizando la hoja de cálculo.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA DISTRIBUCIÓN

1. La distribución comercial como instrumento de marketing.
2. Objetivos de la política de distribución.
3. Canales de distribución.
4. Los intermediarios comerciales. Funciones y tipos de intermediarios.
5. Los diferentes métodos de venta.
6. Factores que condicionan la elección de la forma y el canal de distribución.
7. Formas comerciales de distribución.
8. Formas de intermediación comercial.
9. Estrategias de distribución.
10. Los costes de distribución.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. La comunicación como instrumento de marketing.
2. El proceso de comunicación comercial. Elementos básicos.
3. El mix de comunicación: tipos y formas.

4. Objetivos de las políticas de comunicación.
5. La publicidad: objetivos. Regulación legal. Tipos de publicidad. El mensaje publicitario. Medios y soportes publicitarios. La campaña publicitaria.
6. Las agencias de publicidad.
7. El briefing del producto: objetivos y finalidad. Estructura del briefing e información que contiene.
8. La eficacia publicitaria.
9. Las relaciones públicas: objetivos. Técnicas de relaciones públicas. Patrocinio y mecenazgo. Organización de ferias y eventos de marketing.
10. La promoción de ventas: objetivos. Herramientas promocionales. Acciones de promoción para el lanzamiento de nuevos productos.
11. La venta personal: características diferenciadoras. Objetivos.
12. El marketing directo: objetivos y formas. Telemarketing. Mailing.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL PLAN DE MARKETING

1. La planificación de marketing: finalidad y objetivos.
2. Características y utilidades del plan de marketing.
3. Estructura del plan de marketing. Fases en su elaboración.
4. Análisis de la situación: análisis interno y externo. Análisis DAFO.
5. Realización de previsiones de ventas.
6. Fijación de los objetivos que se pretenden conseguir.
7. Definición de las acciones y políticas del marketing mix.
8. Presupuesto. Recursos humanos, financieros y tiempo.
9. Ejecución del plan de marketing.
10. Seguimiento de las políticas del plan de marketing.

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Telefonos de contacto

España		+34 900 831 200	Argentina		54-(11)52391339
Bolivia		+591 50154035	Estados Unidos		1-(2)022220068
Chile		56-(2)25652888	Guatemala		+502 22681261
Colombia		+57 601 50885563	Mexico		+52-(55)11689600
Costa Rica		+506 40014497	Panamá		+507 8355891
Ecuador		+593 24016142	Perú		+51 1 17075761
El Salvador		+503 21130481	República Dominicana		+1 8299463963

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

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

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Horario atención al cliente

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

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!

España     

Latino America  

Reública Dominicana  

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group