



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



**UNIVERSIDAD
DEL
NORTE**

Maestría en Negocios Internacionales y Mercadotecnia





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Sobre Euroinnova

2 | Alianza

3 | Rankings

4 | Alianzas y acreditaciones

5 | By EDUCA EDTECH Group

6 | Metodología

7 | Razones por las que elegir Euroinnova

8 | Financiación y Becas

9 | Metodos de pago

10 | Programa Formativo

11 | Temario

12 | Contacto

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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

ALIANZA EUROINNOVA Y UNIVERSIDAD DEL NORTE

Euroinnova International Online Education y Universidad del Norte firman un acuerdo de colaboración de manera exitosa, a fin de ofrecer una formación online de calidad. La formación ofertada por ambas instituciones de educación superior está diseñada para facilitar los contenidos y las competencias que más se demandan en el entorno laboral. Además, es impartida por docentes especializados en el sector que actualmente trabajan en activo. Estos expertos trasladan todo su conocimiento para que la formación sea práctica y esté adaptada a las demandas del mercado.

En definitiva, la formación brindada por ambas instituciones sitúa al alumnado en el centro de la educación, posibilita que adquiera conocimientos útiles y aplicables, en un entorno dinámico y tecnológico y con las garantías que ofrece la experiencia conjunta de Euroinnova International Online Education y la Universidad del Norte. Sin duda, gracias al intercambio académico, a la cooperación y a la investigación, la oferta educativa se enriquece y resulta más plural, más internacional y de mayor calidad.



[Ver en la web](#)

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**.

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

Maestría en Negocios Internacionales y Mercadotecnia



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Título de Maestría en Negocios Internacionales y Mercadotecnia expedido por Euroinnova International Online Education en colaboración con la Universidad del Norte

UNIVERSIDAD DEL NORTE

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIVERSIDAD DEL NORTE UNOR
EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A
con número de documento XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso
con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Universidad del Norte UNOR
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación XXXXXXXXXXXXX
Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año)

UNIVERSIDAD DEL NORTE
La Universidad

NOMBRE ALUMNO/A
Firma del Alumno

NOMBRE DE ÁREA MANAGER
La Dirección Académica

ISO ISO IQNET

Con Establecimiento Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (C.º. Producción 004)

UNIVERSIDAD DEL NORTE

EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

QR code

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Descripción

El entorno internacional, cada vez más globalizado y digitalizado, muestra numerosas oportunidades de negocio para aquellas empresas que se aventuren a abrirse en nuevos mercados. Aunque del mismo modo estas también deberán asumir riesgos de diversa índole, como pueden ser comerciales, legales, operativos o socioculturales. Es por ello por lo que se demanda cada vez más la figura del especialista en negocios internacionales, capaz de tomar decisiones estratégicas con las cuales prevenir los posibles riesgos derivados del entorno internacional y aprovechar las numerosas oportunidades. Gracias a esta formación en Mercadotecnia y Negocios Internacionales podrás liderar el proyecto de internacionalización, expansión y relaciones internacionales de cualquier tipo de negocio.

Objetivos

- Dominar los principales elementos y estrategias directivas en el ámbito del negocio internacional.
- Comprender el funcionamiento del comercio exterior y las aduanas.
- Empezar estrategias de marketing internacional y comercialización.
- Aplicar las principales estrategias de marketing digital en el contexto internacional.

A quién va dirigido

Esta formación en Mercadotecnia y Negocios Internacionales puede ir dirigido a todo aquel estudiante o profesional del ámbito de la administración de empresas, la comercialización y el marketing, que desee especializarse en la gestión de empresas con un enfoque internacional. Como emprendedor o empresario descubrirás las mejores herramientas para expandir tu negocio.

Para qué te prepara

Con esta Maestría en Mercadotecnia y Negocios Internacionales tendrás la oportunidad de adquirir habilidades y un conocimiento multidisciplinar para tomar decisiones clave en el entorno internacional. Conocerás las principales pautas para establecer un plan de marketing internacional y comercialización, con el cual lograr abrirte con éxito a nuevos mercados. Descubrirás los principales ámbitos del marketing digital para apoyar tu estrategia.

Salidas laborales

Las posibles salidas profesionales de esta Maestría son las de Gerente, Marketing Manager, International Trade Manager, Export Manager, Digital Marketing Manager, Growth Marketing

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Manager, Técnico de Comercio Internacional, Técnico de Marketing, Emprendedor, Business Development Manager, Project Manager o Especialista en Relaciones Internacionales.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

MÓDULO 1. NEGOCIOS INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMPRAVENTA INTERNACIONAL

1. La compraventa internacional: aspectos de interés
2. La Lex Mercatoria
3. La Convención de Viena de 1980 aplicada a la compraventa internacional
4. Los INCOTERMS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FORMAS DE PAGO EN TRANSACCIONES INTERNACIONALES

1. Tipología de los medios de pago
2. Factores influyentes para la elección de la forma de pago
3. Regulación del cheque para pagos internacionales
4. Regulación de transferencias bancarias para pagos internacionales
5. Regulación de las órdenes de pago documentarias
6. Regulación de los créditos documentarios
7. Proceso de gestión de la remesa bancaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MARKETING EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. La organización de la empresa multinacional
2. Investigación comercial en el ámbito internacional
3. El riesgo de realizar inversiones en países extranjeros
4. El marketing segmentado
5. Factores incontrolables. Los entornos
6. Características de la empresa internacional con éxito
7. Misión del Marketing internacional
8. Elementos de plan de marketing internacional
9. Estrategias de marketing internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

1. La contratación internacional
2. Los principios sobre los contratos internacionales
3. Concepto, elementos y clasificación del contrato internacional
4. Formación del contrato
5. Cumplimiento del contrato
6. Cláusulas contractuales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. NEGOCIACIÓN DE OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Preparación de la negociación internacional
2. Desarrollo de la negociación internacional
3. Técnicas de la negociación internacional

4. Consolidación de la negociación internacional
5. Estilos de negociación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 6. BÚSQUEDA Y GESTIÓN DE CLIENTES Y PROVEEDORES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Localización y Búsqueda de clientes/proveedores internacionales
2. Clasificación de los clientes/proveedores y criterios de organización
3. Tipos de archivos de los clientes/proveedores
4. Confección de fichas y bases de datos de clientes y proveedores
5. Control de clientes/proveedores

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FUNDAMENTOS DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. La globalización de los negocios internacionales
2. Los negocios internacionales y el mercado universal
3. Clases de negocios internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMPETITIVIDAD EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. El marco competitivo en los negocios internacionales
2. La estrategia competitiva y sus tipos
3. El diamante de Porter

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PRINCIPALES OPERACIONES EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. La transferencia de mercancías y el régimen de importación
2. El régimen de exportación y sus fases principales
3. Fundamentos esenciales de los regímenes especiales

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ENTORNO COMPETITIVO DE LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. Concepto y fundamentos del entorno competitivo
2. Factores que inciden en el entorno competitivo del comercio internacional
3. Análisis del entorno competitivo

MÓDULO 2. COMERCIO EXTERIOR Y ADUANAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS GENERALES SOBRE ADUANAS

1. Definición del concepto de aduana y tipos de aduana
2. Valoración de las mercancías en el régimen aduanero
3. Aspectos fundamentales de la importación aduanera

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS INCOTERMS

1. Términos comerciales internacionales
2. Aspectos legales
3. Aspectos prácticos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA DEUDA ADUANERA

1. El nacimiento de la deuda aduanera
2. Garantía de la deuda aduanera
3. Cálculo del importe de los derechos de importación o de exportación
4. Extinción de la deuda aduanera: pago, suspensión del plazo de pago, aplazamiento del pago
5. Devolución y condonación de los derechos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SISTEMA ADUANERO INTERNACIONAL Y NORMATIVA DE COMERCIO INTERNACIONAL

1. Concepto y función de aduanas
2. Territorio Aduanero
3. Operadores
4. Las mercancías en el régimen aduanero
5. Derecho Aduanero
6. Regímenes comerciales y administrativos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTROL DE MERCANCÍAS

1. Gestión de riesgos y controles aduaneros
2. La comprobación de las declaraciones aduaneras
3. Control posterior al levante
4. Conservación de datos y documentos
5. Otros controles aduaneros

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FUNCIONES DE LA ADUANA

1. La función fiscal de la aduana y la figura del arancel
2. La función penal de la aduana
3. La función social de la aduana

UNIDAD DIDÁCTICA 7. REQUISITOS ADUANEROS PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS

1. Contribución de la Organización Mundial del Comercio a la disminución de los requisitos generales
2. Requisitos aduaneros de carácter general en el proceso de importación
3. Requisitos aduaneros de carácter general en el proceso de exportación
4. Tratamiento especial por la Organización Mundial del Comercio del régimen de tránsito

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REGÍMENES ADUANEROS ESPECIALES

1. Fundamentos esenciales de los regímenes especiales
2. Regímenes especiales de tránsito
3. Regímenes especiales de almacenamiento
4. Regímenes aduaneros de destinos especiales
5. Regímenes especiales de transformación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARCO DE NORMAS SAFE

[Ver en la web](#)



1. Aspectos esenciales del marco de normas SAFE
2. La figura del operador económico en el marco de normas SAFE
3. Objetivos esenciales y principios del marco de normas SAFE
4. Beneficios de la aplicación del marco de normas SAFE
5. Principales aspectos de las normas SAFE

MÓDULO 3. MERCADOTÉCNIA ESTRATÉGICA Y COMERCIALIZACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ESTRATÉGICO

1. Procesos de planificación estratégica
2. El papel del marketing en la empresa
3. Análisis de situación y estrategias de marketing
4. La orientación al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y DE LA ESTRUCTURA COMPETITIVA

1. Introducción
2. El análisis de la demanda Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
3. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
4. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de la marca
5. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

1. Factores de influencia en el comportamiento del consumidor
2. El proceso de la cultura
3. Semejanzas y diferencias de los valores culturales
4. Factores sociológicos de consumo
5. El proceso de decisión del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POSICIONAMIENTO

1. Conceptualización del posicionamiento en el mercado
2. Elementos del posicionamiento
3. Estrategias de posicionamiento
4. Fases y mapas de posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal

2. El diseño del plan de marketing: principales etapas
3. La ejecución y control del plan de marketing Tipos de control
4. Desarrollo del plan de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PLAN DE VENTAS

1. Previsión y utilidad
2. Análisis geográfico de la zona de ventas
3. Marcar objetivos
4. Diferencia entre objetivos y previsiones
5. Cuotas de actividad
6. Cuotas de participación
7. Cuotas económicas y financieras
8. Estacionalidad
9. El plan de ventas

MÓDULO 4. MARKETING INTERNACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING PARA COMERCIO INTERNACIONAL

1. Definición de Marketing
2. Tipología de marketing según el ámbito de aplicación
3. Función del marketing estratégico
4. Función del marketing operativo
5. Las 4 Ps del marketing-mix

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNACIONAL

1. Los niveles que componen la multinacional
2. Investigación y selección de mercados internacionales
3. El factor riesgo en inversiones en el extranjero
4. Operaciones de marketing en mercados segmentados
5. Estudio del entorno como factor clave en mercados internacionales
6. Fundamentos clave para la eficiencia en la empresa
7. Toma de decisiones en el marketing internacional
8. Elaboración del plan de marketing para entornos internacionales
9. Estrategia internacional en los planes de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARKETING MIX PARA EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. El producto orientado al mercado internacional
2. La distribución orientada al mercado internacional
3. La comunicación orientada al mercado internacional
4. El precio orientado al mercado internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN

1. Tendencias globales
2. El atractivo de mercado Los grupos estratégicos
3. La caracterización de la empresa propia

4. Las capacidades dinámicas
5. El liderazgo y otras opciones
6. Definición de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de marketing como instrumento de planificación y control de la actividad comercial internacional
2. Análisis de la situación
3. Establecimiento de los objetivos del marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PLAN OPERATIVO Y ACCIONES DE MARKETING INTERNACIONAL

1. El plan de acción de marketing
2. Asignación presupuestaria de las acciones de marketing
3. El control del plan de marketing
4. Herramientas informáticas para la organización y planificación de marketing internacional

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BRIEFING DE PRODUCTOS Y/O MARCAS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. Concepto y funciones del briefing en el marketing
2. Determinación de los objetivos del briefing
3. La elección de la estructura del briefing
4. Cómo realizar un briefing

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS TRES PERSPECTIVAS COMPETITIVAS

1. Mercado y competencia
2. Capacidades y competencias
3. Value Innovation

UNIDAD DIDÁCTICA 9. APLICACIONES PRÁCTICAS DE MARKETING

1. Elementos de Marketing Mix
2. La política del producto
3. La política del precio
4. La política de promoción
5. La política de distribución

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA ESTRATEGIA EN LA PRÁCTICA

1. El portafolio de iniciativas
2. Canales de venta
3. Los modelos organizativos
4. El reto logístico
5. Casos de éxitos y fracasos del marketing internacional

MÓDULO 5. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE BUSCADORES Y ESTRATEGIAS DE INBOUND MARKETING

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. Wordpress y Woocommerce
4. Prestashop y Magento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INBOUD MARKETING: CONCEPTOS CLAVES

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE ATRACCIÓN

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
2. Los blogs Wordpress
3. Posicionamiento SEO
4. Social Media

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FASE DE CONVERSIÓN

1. Formularios
2. Call to action
3. Landing Pages

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FASE DE CIERRE

1. Marketing Relacional
2. Gestión de relaciones con los clientes CRM
3. Email marketing

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FASE DE DELEITE

1. Encuestas
2. Contenido inteligente
3. Monitorización Social

MÓDULO 6. SEO ON PAGE Y SEO OFF PAGE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ARQUITECTURA DEL SITIO WEB

1. Estructura de una web
2. Análisis de metadatos
3. Elementos html
4. Hoja de estilo CSS
5. SEO en HTML

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FIJANDO OBJETIVOS SEO

1. Introducción
2. Información útil, información fresca
3. Flash, el problema del invisible
4. Densidad de palabra clave
5. Long Tail, la larga cola de palabra clave
6. Marketing en internet: captando visitas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. USABILIDAD

1. Introducción
2. Experiencia de usuario -UX
3. Diseño centrado en el usuario
4. Prototipado y diseño de interacción
5. Evaluación de Usabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ALGORITMO DE GOOGLE. CAMBIOS Y ACTUALIZACIONES

1. Introducción
2. Google Panda
3. Google Penguin
4. Google Hummingbird
5. Otras actualizaciones
6. Penalizaciones y soluciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE LOS METADATOS

1. Etiquetas meta name
2. Etiqueta meta description
3. Etiqueta meta Keyword
4. Etiqueta meta Robots
5. Etiqueta meta viewport
6. Etiqueta meta nosnippet

[Ver en la web](#)



7. etiqueta meta http-equiv
8. Etiqueta Title

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS Y PLUGINS

1. Herramientas para la optimización del SEO on Page
2. Qué es un plugin
3. Plugins para la optimización del SEO on Page

UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPORTANCIA DE LOS ENLACES EN SEO

1. Cómo es un enlace entrante
2. Consideraciones de los enlaces entrantes
3. Análisis de enlaces
4. Otras consideraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LINKBUILDING

1. Introducción al linkbuilding
2. Consideraciones importantes sobre linkbuilding
3. Principales técnicas de linkbuilding
4. Estrategia de linkbuilding natural

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LINKBAITING

1. Introducción al linkbaiting
2. Marketing de Contenidos
3. Storytelling
4. Marketing viral

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEO ESPECIALIZADO

1. SEO local
2. Search y social media
3. SEO mobile
4. SEO internacional
5. Auditoría SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEO PARA BLOGS Y WORDPRESS

1. Blogs
2. Cómo hacer un blog en Wordpress
3. Plugins para optimizar el SEO en los blogs

MÓDULO 7. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Concepto y evolución del Social Media
2. Tipos de redes sociales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

3. La importancia actual del social media
4. Prosumer
5. Contenido de valor
6. Marketing viral
7. La figura del Community Manager
8. Social Media Plan
9. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights
10. Centro de cuentas, Facebook Business Suite, Facebook Business Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas
9. Actualizaciones de Instagram
10. Funcionalidades de la versión de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE X CORP

1. Introducción a X Corp.
2. Elementos básicos de X Corp.
3. X Corp para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de X Corp.
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. X Corp. Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Funcionalidades de la versión premium

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

1. Introducción a LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios
7. Youtube Analytics
8. Youtube vs Vimeo
9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITCH

1. Introducción a Twitch
2. El éxito de Twitch
3. Generar suscriptores en Twitch
4. Contenidos y recomendaciones
5. Twitch e influencers
6. Streamlabs
7. Publicidad en Twitch
8. Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

1. ¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
2. Creación de contenido en TikTok
3. Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges...)
4. El papel del marketing en Tiktok
5. Tiktok e influencers
6. Tiktok Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones

[Ver en la web](#)



7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios
9. Pixel de Facebook
10. Cómo gestionar publicidad de Instagram desde el administrador de anuncios de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- X CORP. ADS

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en X Corp
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. X Corp. Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1. Introducción a LinkedIn Ads
2. Formatos de anuncios
3. Objetivos publicitarios
4. Creación de campañas
5. Segmentación
6. Presupuesto
7. Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TIKTOK ADS

1. Introducción a TikTok Ads Manager
2. Creación de una campaña de publicidad en TikTok
3. Tipos de contenidos y herramientas clave
4. Seguimiento y monitorización de los resultados

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Teléfonos 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