



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



**e-CAMPUS**  
UNIVERSITY

**Máster Oficial Universitario en Alta Dirección Comercial y Marketing + 60  
Créditos ECTS**





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

## 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**

## ALIANZA EUROINNOVA Y UNIVERSIDAD eCAMPUS

---

**Euroinnova International Online Education** y la **Universidad eCampus** han consolidado con éxito una colaboración estratégica. Esta asociación impulsa un enfoque colaborativo, innovador y accesible para el aprendizaje, adaptado a las necesidades individuales de los estudiantes. Ambas instituciones se unen con el objetivo de hacer accesible la educación, utilizando métodos innovadores y flexibles que se ajusten a las necesidades de los estudiantes.

Guiadas por la necesidad de adaptar el proceso de aprendizaje y el firme compromiso con los estudiantes, Euroinnova y la Universidad eCampus priorizan la difusión de conocimientos, el impulso de la tecnología y la investigación.

Este enfoque se sustenta en un equipo docente altamente capacitado y en un entorno digital que aprovecha las últimas tecnologías disponibles.



**eCAMPUS**  
UNIVERSITY



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## 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](#)

## 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

## Máster Oficial Universitario en Alta Dirección Comercial y Marketing + 60 Créditos ECTS



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
60 ECTS

### Titulación

---

Doble Titulación: - Título Oficial de Master Oficial Universitario en Alta Dirección Comercial y Marketing expedida por la Universidad e-Campus acreditado con 60 ECTS Universitarios. - Titulación de Master en Alta Dirección Comercial y Marketing con 1500 horas expedida por EUROINNOVA INTERNACIONAL 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

### Descripción

---

Los departamentos de ventas y marketing demandan la figura de directivos altamente eficaces y dotados no solo de conocimientos sino también de habilidades de negociación, gestión de equipos y soft skills. A lo largo de esta formación en Alta Dirección Comercial y Marketing descubrirás cuales son los roles y las principales estrategias que aplican los directivos para mejorar las ventas de sus empresas. Aprenderás a desarrollar tu propio plan de marketing y la planificación comercial necesaria para convertir los leads en clientes de alto valor y totalmente fidelizados. Esta formación te ofrece un sistema de aprendizaje totalmente online, flexible y actualizado. Tendrás el apoyo cercano de un equipo docente especializado y comprometido con el crecimiento del alumno.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## Objetivos

---

- Adquirir los principios básicos de la dirección estratégica.
- Gestionar equipos comerciales de manera integral.
- Dominar las habilidades directivas, de negociación comercial y soft skills necesarias.
- Diseñar y ejecutar un plan de marketing.
- Aplicar estrategias de marketing digital para incrementar la visibilidad y las ventas.
- Dominar la disciplina del customer relationship management.

## A quién va dirigido

---

Este master en dirección comercial y marketing va enfocado a todo aquel estudiante o profesional del ámbito de la administración y gestión de empresas que desee especializarse y crecer laboralmente en el ámbito del marketing y la venta. Como emprendedor o empresario descubrirás claves para impulsar la visibilidad y las ventas de tu negocio.

## Para qué te prepara

---

Este master te prepara para convertirte en un directivo especializado en el marketing y la comercialización de empresas de cualquier sector. Lograrás adquirir el conocimiento multidisciplinar y las habilidades necesarias, ya no solo para enfocar objetivos empresariales, sino también para organizar, motivar y dirigir tu equipo comercial hacia el logro de dichos objetivos. Conviértete en la figura clave capaz de impulsar los ingresos.

## Salidas laborales

---

Las salidas profesionales de este Master en Alta Dirección Comercial y Marketing son principalmente las de Gerente, Marketing Manager, Sales Manager, Jefe de Ventas, Key Account Manager, Business Development Manager, Export Manager o Customer Relationship Manager. Podrás aspirar a emprender tu propio negocio o dedicarte a la consultoría de ventas y marketing.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## TEMARIO

---

### MÓDULO 1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

#### 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
5. Estrategias corporativas
6. Estrategias genéricas
7. Estrategias de mercado

#### 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 entrada de nuevos competidores
7. Amenaza de productos sustitutivos
8. Poder de negociación de los clientes

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

## MÓDULO 2. DIRECCIÓN COMERCIAL Y GESTIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL EQUIPO COMERCIAL DENTRO DE LA EMPRESA

1. Organigrama de la empresa
2. Gestión del Equipo comercial o fuerza de ventas
3. Descripción de los puestos de trabajo
4. Profesiograma de los puestos de trabajo
5. Planes de carrera

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. SELECCIÓN DEL EQUIPO COMERCIAL

1. Clasificación de las candidaturas
2. Selección de curriculums
3. Estrategias y tipos de entrevistas
4. Análisis de los candidatos
5. Comprobación de referencias

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. FORMACIÓN DEL EQUIPO COMERCIAL

1. Plan de formación del departamento comercial
2. Formación en captación
3. Formación en fidelización
4. Formación en recursos para el trato con clientes

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL EQUIPO COMERCIAL

1. Estructura Organizativa
2. Descripción de puestos del departamento comercial
3. Comunicación en el equipo comercial
4. Ética profesional

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. DIRECCIÓN COMERCIAL

1. Estrategia de dirección
2. Dirección de equipos
3. Habilidades directivas
4. Toma de decisiones

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DEL EQUIPO COMERCIAL

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

1. Motivación y remuneración del equipo comercial
2. Seguimiento y evaluación comercial
3. Planificación del equipo comercial
4. Aspectos económico-financieros de las condiciones comerciales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PLAN DE MARKETING

1. Investigación y mercado
2. Marketing mix
3. El Plan de Comunicación
4. Conclusiones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

1. El briefing
2. Estrategias de publicidad
3. Tipos de estrategias publicitarias
4. Conclusiones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING 2.0

1. WEB 2.0
2. Marketing en internet
3. Marketing 2.0

### MÓDULO 3. HABILIDADES DIRECTIVAS Y NEGOCIACIÓN

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. 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 3. RELACIONES INTERPERSONALES

1. La comunicación interpersonal
2. Filtros y Barreras de la Comunicación

Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

3. El conflicto interpersonal
4. Cómo expresar críticas y tipos de escucha activa
5. Concepto, finalidades y modalidades de escucha activa
6. Obstáculos que se pueden presentar
7. Técnicas para mejorar esta habilidad Social

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA 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
6. Causas del Estrés Laboral
7. Síntomas del estrés laboral
8. Consecuencias del Estrés Laboral

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. HABILIDADES DIRECTIVAS

1. Introducción a las habilidades directivas
2. Liderazgo. Habilidad personal y directiva clave
3. Enfoques en la teoría del liderazgo
4. Estilos de liderazgo
5. El papel del líder

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE GRUPOS

1. Introducción a las habilidades sociales
2. Asertividad
3. Empatía
4. Escucha activa
5. Autoestima

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. MOTIVACIÓN DEL ENTORNO LABORAL

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

#### MÓDULO 4. DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MARKETING DENTRO DE LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

1. Introducción
2. Los fundamentos de la gestión orientada al mercado Análisis del mercado
3. La relación con el cliente como clave estratégica
4. Del marketing tradicional al nuevo marketing relacional
5. Elementos de fidelización como clave estratégica de la gestión comercial
6. Contenidos prácticos
7. Definición del concepto de marketing

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING Y LA DIRECCIÓN COMERCIAL DE UNA EMPRESA

1. El proceso de dirección de marketing
2. Marketing estratégico y marketing operativo
3. Marketing mix y las subfunciones del marketing
4. Organización del departamento de marketing
5. Contenidos prácticos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. INVESTIGACIÓN COMERCIAL Y SEGMENTACIÓN

1. Comportamiento del consumidor
2. La segmentación de mercados
3. Investigación comercial
4. Contenidos prácticos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE PRODUCTO Y PRECIO

1. El producto dentro del marketing mix y su ciclo de vida
2. Creación y modificación de productos
3. Políticas de precios
4. Métodos de fijación y estrategias de precios
5. Contenidos prácticos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

1. La distribución dentro del marketing mix
2. Funciones y tipos de distribución
3. Los intermediarios en el canal de distribución
4. Métodos de venta en la distribución comercial
5. Contenidos prácticos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

1. Introducción
2. La publicidad
3. La promoción de ventas
4. Las relaciones públicas
5. La fuerza de ventas
6. Marketing mix: Estrategia, formas y medios de comunicación
7. Contenidos prácticos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. ORGANIZACIÓN DE VENTAS Y PLAN DE MARKETING

[Ver en la web](#)



1. La red de ventas
2. El director de ventas
3. La planificación en el marketing
4. Prestación y control del plan
5. Contenidos prácticos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIONES DEL MARKETING

1. Marketing directo
2. Marketing industrial
3. Marketing de servicios
4. Marketing social y público
5. Marketing interno
6. Contenidos prácticos

#### MÓDULO 5. MARKETING

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING

1. Evolución del concepto y contenido del marketing: el intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing
2. La función del marketing en el sistema económico
3. Dirección estratégica del marketing y tipos de marketing
4. Marketing mix
5. Elaboración del plan de marketing
6. Análisis DAFO y estrategias de marketing

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DIGITAL

1. Marketing digital vs. Marketing relacional
2. Investigación de mercados aplicado a marketing digital
3. Integración de Internet en la estrategia de marketing
4. Estrategia de marketing digital
5. Marketing estratégico en Internet
6. El plan de marketing digital
7. Análisis de la competencia
8. Análisis de la demanda
9. Objetivos y estrategia del plan de marketing digital
10. Estrategias básicas: segmentación, posicionamiento, competitiva y de crecimiento
11. Posicionamiento e imagen de marca
12. Captación y fidelización de usuarios
13. Integración del plan de marketing digital en la estrategia de marketing de la empresa

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las organizaciones
2. El mercado: concepto y delimitación
3. El mercado de bienes de consumo
4. El mercado industrial

5. El mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

1. Los componentes de un sistema de información de marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercados
3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercados

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

1. El concepto de producto. los atributos formales del producto: la marca, el envase y la etiqueta
2. Las estrategias de diferenciación y de posicionamiento del producto
3. El proceso de diseño y desarrollo de nuevos productos
4. El ciclo de vida del producto
5. Los modelos de análisis de la cartera de productos
6. Estrategias de crecimiento que pueden seguir las empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

1. El canal de distribución: concepto, utilidades e importancia
2. Los componentes del canal de distribución. funciones
3. El diseño del canal de distribución: factores condicionantes, longitud e intensidad
4. Una clasificación de las formas comerciales
5. El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LAS DECISIONES SOBRE PRECIOS

1. El precio como instrumento de las decisiones comerciales: concepto e importancia
2. Los factores condicionantes en la decisión de fijación de precios
3. Los procedimientos de fijación de precios: métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda
4. Las estrategias de fijación de precios

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LAS DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

1. La comunicación comercial: concepto e importancia
2. Los factores condicionantes de la estrategia y del mix de comunicación comercial
3. El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo
4. La comunicación global de la empresa: la imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 9. OTRAS VARIABLES A TENER EN CUENTA

1. Las decisiones sobre personas
2. Las decisiones sobre productividad
3. Las decisiones sobre procesos
4. Las decisiones sobre presencia

MÓDULO 6. MARKETING DIGITAL

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

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

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: 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 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

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 5. INBOUND MARKETING

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

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

## MÓDULO 7. ESTRATEGIA COMERCIAL Y VENTAS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA CARTERA DE CLIENTES

1. Introducción al mercado
2. División del mercado
3. Ley de oferta y demanda
4. Estudios de mercado
5. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
6. Objetivos de la investigación de mercados
7. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
8. Cartera de clientes

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. PLAN DE VENTAS

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOLOGÍA DE VENTAS

1. Venta directa
2. Venta a distancia
3. Venta multinivel
4. Venta personal
5. Otros tipos de venta

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

1. Análisis de la sensibilidad del precio
2. Discriminación de precios
3. Estrategias de precio
4. Políticas de descuento

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. NEGOCIACIÓN COMERCIAL

1. Concepto de negociación
2. Estilos de negociación
3. Los caminos de la negociación
4. Fases de la negociación
5. Estrategias de negociación
6. Tácticas de negociación
7. Cuestiones prácticas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. Programas de fidelización online
2. Fidelización
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización de clientes
5. Estructura de un plan de fidelización

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PUNTO DE VENTA

1. Merchandising
2. Condiciones ambientales
3. Captación de clientes
4. Diseño interior
5. Situación de las secciones

[Ver en la web](#)



6. Zonas y puntos de venta fríos y calientes
7. Animación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LA VENTA OMNICANAL

1. Comprendiendo a los nuevos E-consumidores
2. Definición y diferencias entre Multicanalidad y Omnicanalidad
3. Estrategia omnicanal para superar las expectativas del consumidor
4. Ventajas vs desventajas
5. ¿Qué, cómo y a quién podemos vender?
6. Estrategias Omnicanal y el e-Commerce
7. Desafíos de los negocios online y el offline

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. ECOMMERCE Y MEDIOS DE PAGO DIGITALES

1. Concepto
2. Modelos de negocio en la red
3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional
4. Tipos de comercio electrónico
5. Relación con el cliente-proveedor
6. El proceso de compra
7. Comercio electrónico según el medio utilizado
8. Introducción a los medios de pago
9. Datos
10. Agentes
11. Sistemas de pago

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. CRM EN RETAIL

1. El papel del crm en la empresa
2. La estrategia CRM
3. Beneficios de una estrategia de CRM en la empresa

#### MÓDULO 8. CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PAPEL DEL CRM EN LA EMPRESA

1. El papel del CRM en el marketing de la empresa
2. Diferencias entre CRM y Marketing Relacional
3. Objetivo y beneficios de una estrategia CRM
4. Estructura de la organización del CRM

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA ESTRATEGIA CRM

1. Definición de estrategia CRM
2. Las fuerzas del cambio
3. Orientación al cliente
4. Integración del CRM en nuestra estrategia online
5. Elementos de un programa CRM
6. Medición y análisis de resultados

[Ver en la web](#)



### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ECRM

1. eCRM como expansión de la estrategia CRM
2. Social CRM
3. Componentes del eCRM
4. Implantación del eCRM

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. DEL CRM AL CEM

1. Customer Relationship Management vs. Customer Experience Management
2. La experiencia del cliente vista desde la parte interna de la empresa
3. La innovación en el CEM
4. Procesos colaborativos: Crossuser Crowdsourcing
5. Impacto del CEM en la estrategia empresarial

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. BENEFICIOS DE UNA ESTRATEGIA CRM EN LA EMPRESA

1. Lealtad y fidelidad de los clientes
2. Reducción del coste por adquirir clientes
3. Cross Selling (venta cruzada)
4. Up Selling (ventas añadidas)
5. Mayor eficiencia y productividad comercial
6. Reducción de costes en comunicación
7. Inexistencia de duplicidades (en procesos y datos)
8. Conocimiento del mercado y de nuestro target

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. BENEFICIOS DE UNA ESTRATEGIA CRM PARA LA CLIENTE

1. La empresa conoce las necesidades del cliente
2. Aumento en la satisfacción del cliente
3. Trato personalizado con el cliente
4. Cliente único en la base de datos
5. Mejora del servicio prestado al cliente

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. ÁREAS PRINCIPALES DEL CRM

1. Servicio al cliente
2. La estructura del Call Center
3. Tipos de Call Center
4. La función del CRM para el Call Center
5. El sistema de automatización de ventas

### MÓDULO 9. PROYECTO FIN DE MASTER

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

 [www.euroinnova.com](http://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