



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Máster en Dirección de Agencias de Viajes y Revenue Management





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 estudiandes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminetemente 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 CEUPE

La alianza entre **Euroinnova International Online Education** y **CEUPE** representa un hito significativo en el ámbito de la educación online. Al unir fuerzas, ambas instituciones consolidan un enfoque colaborativo e innovador, adaptado a las demandas cambiantes del mercado laboral y las necesidades individuales de los estudiantes. Además de priorizar la flexibilidad y la practicidad en la formación, esta alianza busca impulsar el desarrollo personal y profesional de cada estudiante, brindando un acceso más amplio a la educación de calidad, mediante el aprovechamiento de las últimas innovaciones tecnológicas.

Con un equipo docente altamente especializado y plataformas de aprendizaje que integran tecnología educativa de vanguardia, Euroinnova y CEUPE se comprometen a ofrecer una experiencia de aprendizaje única. Este enfoque dinámico y didáctico no solo facilita la retención de conocimientos, sino que también equipa a los estudiantes con las habilidades necesarias para adaptarse eficazmente a una sociedad en constante evolución. En conjunto, ambas instituciones comparten un objetivo común de democratizar la educación y llevarla a un nivel superior, asegurando así un futuro más prometedor.



[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

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 en Dirección de Agencias de Viajes y Revenue Management



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Título de Máster en Dirección de Agencias de Viajes y Revenue Management certificado por CEUPE

Descripción

El Máster en Dirección de Agencias de Viajes y Revenue Management te ofrece la oportunidad de adentrarte en un sector en pleno auge, con una demanda creciente de profesionales capacitados en la gestión y optimización de recursos turísticos. Con un enfoque integral, este programa aborda desde los fundamentos del turismo hasta las estrategias avanzadas de revenue management, esenciales para maximizar ingresos y mejorar la competitividad de las agencias de viajes. Aprenderás a analizar mercados turísticos, gestionar la calidad, implementar estrategias de marketing digital y dominar las técnicas de comunicación, todo ello con un enfoque práctico y actual. Además, adquirirás conocimientos sobre la estructura del mercado turístico y los canales de distribución.

Objetivos

- Analizar el mercado turístico para identificar tendencias y oportunidades de negocio.
- Diseñar estrategias de marketing turístico efectivas para agencias de viajes.
- Implementar técnicas avanzadas de revenue management en turismo.
- Desarrollar planes de comunicación digital para mejorar la reputación online.
- Optimizar la gestión de reservas y precios en agencias de viajes.
- Evaluar sistemas de distribución turística y su impacto en las ventas.
- Aplicar técnicas de benchmarking para mejorar la competitividad en turismo.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

A quién va dirigido

El Máster en Dirección de Agencias de Viajes y Revenue Management está dirigido a profesionales del sector turístico que buscan profundizar en la gestión avanzada de agencias de viajes y el manejo de estrategias de revenue management. Ideal para aquellas personas interesadas en liderar equipos, optimizar procesos de venta y marketing turístico.

Para qué te prepara

El Máster en Dirección de Agencias de Viajes y Revenue Management te capacita para liderar con eficacia en el dinámico sector turístico. Aprenderás a gestionar agencias de viajes, tanto online como offline, optimizando la operatividad diaria y mejorando la atención al cliente. Desarrollarás estrategias de marketing turístico, aplicación de técnicas de Yield y Revenue Management, y potenciarás la calidad en servicios turísticos.

Salidas laborales

Las salidas laborales de este Máster en Dirección de Agencias de Viajes y Revenue Management son diversas. Podemos destacar áreas como la dirección de agencias de viajes, el revenue management, consultoría en Yield Management, gestión de calidad turística, Responsable de marketing turístico, Community Manager en turismo o consultoría de e-commerce turístico.

TEMARIO

MÓDULO 1. TURISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ASPECTOS GENERALES DEL TURISMO

1. Concepto de Turismo. Evolución del concepto de turismo
2. El sistema turístico. Partes o subsistemas
3. El mercado turístico
4. La demanda turística
5. Pautas para investigar la demanda viajera
6. La oferta turística. Componentes de la oferta turística
7. Evolución histórica del turismo. Situación y tendencias
8. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda turística: destinos y productos asociados
9. Análisis de la oferta y comportamiento de la demanda internacional: destinos relevantes y productos asociados
10. Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE TURISMO

1. Turismo de sol y playa
2. Turismo de naturaleza y turismo activo
3. Turismo cultural y religioso
4. Turismo profesional
5. Turismo social y de salud

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN APLICADA AL TURISMO

1. La comunicación óptima en la atención al cliente
2. Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más habituales
3. Resolución de problemas de comunicación
4. Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTERNET Y TURISMO

1. Internet y turismo
2. Tipos de redes sociales
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 5. MARKETING TURÍSTICO

1. Concepto de Marketing
2. El "Marketing" de servicios. Especificidades
3. Segmentación del mercado
4. El "mercado objetivo"
5. El Marketing Mix
6. Elementos. Estrategias
7. Políticas y directrices de marketing
8. El Plan de Marketing
9. Marketing directo. Técnicas. Argumentarios
10. Planes de promoción de ventas
11. La promoción de ventas
12. Obtención de información sobre clientes y creación de bases de datos de clientes actuales y potenciales
13. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas
14. Decisores y prescriptores
15. El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 6. AGENCIAS DE VIAJES

1. Organización de la operatividad diaria
2. Gestión operativa de las reservas: solicitud, confirmación, pago y anulaciones
3. Control y archivo del expediente de la reserva
4. Documentación del viaje: emisión y entrega al cliente
5. Caso práctico de aplicación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA CALIDAD EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

1. Organización de la calidad
2. Gestión por procesos en hostelería y turismo
3. Procesos de producción y servicio
4. Supervisión y medida del proceso y producto/servicio
5. Gestión de los datos
6. Evaluación de resultados
7. Propuestas de mejora

MÓDULO 2. GESTIÓN DE AGENCIAS DE VIAJE ONLINE Y OFFLINE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRUCTURA DEL MERCADO TURÍSTICO, LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. El sistema turístico. Partes o subsistemas
2. La distribución turística

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS ACCIONES DE MARKETING DE LOS INTERMEDIARIOS TURÍSTICOS ONLINE

1. La relación con los canales comerciales
2. Comercialización online de los servicios turísticos
3. Canales de distribución online en turismo
4. La promoción de servicios turísticos a través de las Redes Sociales

5. Desarrollo de productos turísticos como experiencias

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DEL SECTOR Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. La Revolución Industrial y la mejora de las condiciones de vida de los trabajadores. El gusto por viajar
2. Oferta de productos y servicios de las agencias de viajes
3. El impacto de las nuevas tecnologías en las agencias de viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA CERTIFICACIÓN DE CALIDAD Y LAS BUENAS PRÁCTICAS EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Concepto de calidad y calidad total
2. Control de la calidad
3. Gestión de la calidad en la organización hostelera turística
4. Sistemas de gestión de la calidad total en agencias de viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA SERVUCCIÓN Y LA CALIDAD EN LA FABRICACIÓN DE SERVICIOS

1. Concepto de servucción
2. La creación de valor, la satisfacción de las expectativas del cliente
3. La servucción y la calidad del servicio
4. Medición y registro de la servucción
5. Objetivos de la servucción

MÓDULO 3. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMPRESA, ORGANIZACIÓN Y LIDERAZGO

1. Las PYMES como organizaciones
2. Liderazgo
3. Un nuevo talante en la Dirección

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción
2. Utilidad del Plan de Empresa
3. La Introducción del Plan de Empresa
4. Descripción del negocio. Productos o servicios
5. Estudio de mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1. Plan de Marketing
2. Plan de Producción

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH Y RECURSOS FINANCIEROS

1. Infraestructuras
2. Recursos Humanos
3. Plan Financiero
4. Valoración del riesgo. Valoración del proyecto
5. Estructura legal. Forma jurídica

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TRABAJO EN EQUIPO Y LIDERAZGO

1. Perfil competencial del líder
2. Funciones esenciales del líder
3. Funciones complementarias del líder
4. Concepto de trabajo en equipo. Diferencias
5. Ventajas del trabajo en equipo
6. Técnicas y habilidades personales y sociales necesarias para el trabajo en equipo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Importancia de la comunicación en las empresas
2. Comunicación Interna
3. La comunicación Externa
4. Clima laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SISTEMA DIRECTIVO Y ORGANIZACIÓN

1. El sistema directivo. Concepto y estructura
2. El proceso directivo
3. Estructura y comportamiento de la función organizativa
4. Diseño organizativo. Principios básicos
5. Modelos básicos de sistemas organizativos
6. Análisis de las ventajas y desventajas de las estructuras organizativas

MÓDULO 4. YIELD MANAGEMENT & REVENUE MANAGEMENT EN NEGOCIOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANTECEDENTES DEL YIELD MANAGEMENT

1. Evolución de los sistemas de reservas
2. CRS: Sistemas Centralizados de Reservas
3. GDS: Sistemas Globales de Distribución

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE YIELD MANAGEMENT

1. Orígenes del Yield Management
2. Definición
3. Objetivos
4. Aplicación del Yield en los hoteles
5. Organización interna y responsabilidades
6. Indicadores de Yield Management

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTRATEGIAS DE YIELD MANAGEMENT

1. El precio
2. Segmentación y selección de mercados
3. Estudio de la competencia
4. Previsiones
5. Presupuesto
6. Conclusiones estratégicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DEL YIELD MANAGEMENT

1. El overbooking
2. Gestión de tarifas y precios (pricing)
3. Duración de la estancia
4. Gestión de grupos
5. Contratación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SISTEMAS DE YIELD MANAGEMENT

1. RMS - Revenue Management Systems
2. Canales de distribución
3. Empresas especializadas en el área de Yield Management
4. Resumen de la Unidad 5

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS RESERVAS

1. Introducción
2. La toma de reservas
3. Técnicas de venta
4. Resumen de la Unidad 6

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ¿YIELD MANAGEMENT O REVENUE MANAGEMENT?

1. Los autores y la investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EMPRESAS EN LAS QUE SE EMPLEA LA TÉCNICA DEL YIELD MANAGEMENT O REVENUE MANAGEMENT

1. Aerolíneas
2. Operadores mayoristas de turismo
3. Restauración
4. Transporte urbano y suburbano
5. Transporte ferroviario de pasajeros de larga distancia
6. Uso de infraestructura para el transporte de carga
7. Distribución y generación de electricidad
8. Servicios telefónicos
9. Ocupación de camas hospitalarias

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PERFIL PROFESIONAL, HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS DEL REVENUE MANAGEMENT

1. Perfil profesional, habilidades y conocimientos del Revenue Manager

MÓDULO 5. REVENUE MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL REVENUE MANAGEMENT?

1. Historia y orígenes del revenue management
2. El concepto de revenue management
3. Diferencias entre Yield Management y Revenue Management
4. El revenue manager en el organigrama de la empresa
5. Los ratios: RevPAR, TrevPAR, GOPPAR
6. Interpretación de ratios

UNIDAD DIDÁCTICA 2. BENCHMARKING Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1. Concepto, importancia y etapas del Benchmarking
2. Clasificación de las técnicas benchmarking
3. Selección del grupo competitivo
4. Evaluación de nuestra competencia
5. Ventajas y desventajas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE GESTIÓN DE VENTAS

1. Up-selling
2. Cross-selling
3. Overbooking
4. Canales de distribución

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FORECASTING Y ESTRATEGIAS DE REVENUE MANAGEMENT

1. Concepto y aplicación del Forecasting
2. Análisis y gestión del valor de los clientes
3. El calendario de demanda
4. Plan estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MÉTRICA Y FIJACIÓN DE PRECIOS EN REVENUE MANAGEMENT

1. Medición de la eficacia del revenue management
2. Gestión de costes y precio
3. Criterios de distribución de costes
4. El pricing: fijación estratégica de precios
5. Aplicaciones informáticas del Revenue Management

UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIÓN PRÁCTICA DE LA ESTRATEGIA DE REVENUE

1. Proceso de implantación de la estrategia de revenue
2. Herramientas necesarias
3. Seguimiento y reuniones de control del plan de Revenue

MÓDULO 6. MARKETING DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING TURÍSTICO

1. Justificación de la necesidad del marketing en el marco del sector de hostelería y turismo
2. Marketing operacional y Marketing mix en el sector de hostelería y turismo
3. Marketing vivencial, sensorial, o experiencial
4. El proceso de segmentación de mercados y definición de público objetivo
5. Instrumentos de comunicación según tipo de producto turístico local: identidad corporativa, marca, publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias turísticas, encuentros profesionales, entre la oferta de productos turísticos y organizadores de viajes y/o medios de comunicación especializados, eventos dirigidos al consumidor final
6. Planificación, control de acciones de comunicación y organización de eventos promocionales
7. Plan de Marketing, plan de ejecución y viabilidad
8. Normativa reguladora de la comercialización de productos y marcas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. El producto turístico
2. Política de precios
3. Distribución del producto turístico
4. Comunicación en turismo

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Definición
2. Utilidades del marketing para la Agencia de Viajes
3. Proceso de marketing y marketing management
4. Mercadotecnia y actividad turística
5. Planeación estratégica de Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING Y MERCADO TURÍSTICO

1. El mercado turístico
2. Investigación de mercado
3. Política de mercado
4. El producto turístico
5. El consumidor turístico
6. Análisis de motivaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DIRECCIÓN DE MARKETING EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Función del marketing en la empresa
2. La dirección de marketing de Agencias de Viajes
3. El director de marketing como estrategia
4. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. El plan de marketing
2. Aspectos básicos para su elaboración
3. División estructural del plan
4. Paso a paso de la elaboración del plan
5. El plan de marketing y la promoción en las Agencias de Viajes

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN: MARKETING Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

1. Definición y conceptos básicos
2. Dirección de comunicación
3. Plan estratégico de comunicación
4. Marketing cibernético y publicidad
5. La comunicación de destinos turísticos

MÓDULO 7. ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

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. 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 3. 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 4. 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 5. SEM: PERFORMANCE 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 6. INBOUND MARKETING

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

MÓDULO 8. MARKETING DIGITAL Y CRM

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SOCIAL CRM

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. E-MAIL MARKETING

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 5. 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

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

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!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group