



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Protocolo, Relaciones Públicas y Gestión de Eventos en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria





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](#)

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 en Protocolo, Relaciones Públicas y Gestión de Eventos en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Protocolo, Relaciones Públicas y Gestión de Eventos en el Sector de la Moda con 1500 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - Titulación Universitaria en Relaciones Públicas con 5 Créditos Universitarios ECTS con 125 horas

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION
 como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
 expide el presente título propio

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

Nombre del curso
 con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Euroinnova International Online Education.
 Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXXXXXXXX-XXXXXX.
 Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

NOMBRE ALUMNO/A
 Firma del Alumno/a

NOMBRE DE AREA MANAGER
 La Dirección Académica




Con el Votado de la Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (2010) (Plan Propio de Grado)

Descripción

Si quiere dedicarse profesionalmente al entorno de la moda y desea especializarse tanto en funciones técnicas como su diseño o funciones de generales como la gestión de eventos y protocolo este es su momento, con el Master en Protocolo, Relaciones Públicas y Gestión de Eventos en el Sector de la Moda podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta función de manera experta.

Objetivos

Tras realizar el Master en Protocolo el alumno habrá alcanzado los siguientes objetivos: - Conocer la historia de la moda. - Adquirir las técnicas de estilismo a la hora de vestir. - Preparar y diseñar colecciones. - Adquirir las técnicas de confección de patrones. - Aprender sobre estilismo y tendencias en la moda. - Aprender todo lo referente sobre la comunicación interna y externa de la empresa. - Conocer los aspectos esenciales de la publicidad y las relaciones públicas. - Describir las habilidades comunicativas e interpersonales que deben impregnar las relaciones protocolarias. - Presentar las bases del protocolo institucional. - Aportar al alumno de un modo rápido y sencillo el lenguaje y conocimientos necesarios para hablar la lengua inglesa en situaciones de atención y trato con el público en el sector específico de la Moda.

A quién va dirigido

El Master en Protocolo, Relaciones Públicas y Gestión de Eventos en el Sector de la Moda está dirigido a todos aquellos profesionales del sector de la moda que quieran ampliar su formación y ampliar sus conocimientos sobre las funciones relacionadas con la comunicación, protocolo y relaciones públicas

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

en este entorno.

Para qué te prepara

Este Master en Protocolo, Relaciones Públicas y Gestión de Eventos en el Sector de la Moda le prepara para tener una visión completa de las funciones que se realizan en el entorno de las relaciones públicas y aplicar sus conocimientos al entorno de la moda. Además podrá conocer los procesos de gestión de empresas de este tipo así como las técnicas de protocolo y expresión en inglés.

Salidas laborales

Tras realizar el Master en Protocolo el alumno podrá desempeñar su labor profesional en áreas como: Relaciones públicas; Comunicación; Gestión de empresas de moda; Protocolo general; etc.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

PARTE 1. DISEÑO DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HISTORIA DE LA MODA

1. Teoría de la moda
2. El diseñador y las tendencias
3. La moda internacional
4. La moda española
5. Revistas y prensa especializada

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INDUMENTARIA Y SU REPERCUSIÓN EN LA IMAGEN PERSONAL

1. Canon de belleza: concepto y evolución
2. Proporciones idealizadas de la figura humana
3. Medidas antropométricas
4. Medidas antropométricas para un estudio de asesoría de vestuario
5. Automedición de las proporciones corporales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTILISMO EN EL VESTIR

1. Concepto de estilismo
2. Conceptos básicos sobre el estilismo en el vestir
3. Materiales y tejidos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTILISMO Y TENDENCIAS EN LA MODA

1. Introducción a las tendencias
2. Música: artistas que marcan estilo
3. Arte: principales inspiraciones y ejemplos
4. El fenómeno blogger
5. El cine como generador de estilo
6. Webs de referencia
7. Cómo analizar los desfiles
8. Cómo buscar en las redes sociales
9. Libros de tendencias
10. Siluetas destacadas
11. Calendario de la moda
12. Conocimiento de los ciclos en la moda
13. Fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISEÑO DE MODA

1. Dibujo de moda. Dibujo de figurín
2. Marketing en la moda

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PREPARACIÓN Y DISEÑO DE COLECCIONES

1. Introducción al proceso de creación
2. Fase de ideación
3. Fase de creación técnica
4. Patronaje
5. Corte y confección
6. Presentación y difusión de la colección

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS DE CONFECCIÓN DE PATRONES

1. Concepto de proyecto de moda
2. Planificación de las fases de un encargo
3. Conceptos generales de Diseño de Moda
4. Técnicas de patrón
5. Tipología de medidas
6. Técnicas de obtención de información
7. Técnicas de presentación del proyecto

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE PATRÓN, MODELO Y ESCALADO

1. Fases del proyecto
2. Descripción del proceso de patronaje
3. Ficha técnica

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN AL SOFTWARE DE PATRONAJE POR ORDENADOR

1. Patronaje
2. Software aplicados al patronaje
3. Elección y descarga del software
4. Instalación del software
5. Interfaz del software

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TRANSFORMACIÓN DE PATRONES

1. Digitalización de patrones
2. Herramientas de construcción de patrones 2D
3. Métodos de edición
4. Métodos de transformaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ESCALADO Y MARCADO DE PATRONES

1. Tipos de escalado
2. Normas de escalado
3. Visualización de tablas
4. Tipos de marcado

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROCESOS DE FABRICACIÓN DE DISEÑO DE MODA

1. Tipología de proveedores de Diseño de Moda

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. Fases del proyecto de creación de prendas y / o accesorios
3. Clasificación de la documentación
4. Tipología de las diferentes técnicas de fabricación
5. Políticas medioambientales vigentes en el Diseño de Moda
6. Normativa de la Propiedad Intelectual en el Diseño de Moda

PARTE 2. DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESO DIRECTIVO

1. El proceso directivo.
2. Fases del proceso directivo.
 1. - Planificación.
 2. - Organización.
 3. - Dirección.
 4. - Control.
3. Liderazgo.
4. Motivación.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

1. Introducción.
2. El contenido de los procesos de dirección.
3. La dimensión estratégica de la dirección.
 1. - Sistema de dirección estratégica: conceptos clave.
4. Dimensión ejecutiva de la dirección.
5. El desarrollo de la autoridad.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COACHING COMO AYUDA AL LIDERAZGO DE EMPRESA

1. El coaching como ayuda a la formación del liderazgo.
2. El coaching como estilo de liderazgo.
 1. - Directivo-coach.
 2. - Dirección de equipos y liderazgo.
3. El coach como líder y formador de líderes.
4. Cualidades del líder que ejerce como coach.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE EMPRESA I. LA ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO

1. Introducción.
2. Utilidad del Plan de Empresa.
 1. - Objetivos del Plan de Empresa.
 2. - Características del Plan de Empresa.
 3. - Elaboración del Plan de Empresa.
 4. - Contenidos del Plan de Empresa.
3. La Introducción del Plan de Empresa.
4. Descripción del negocio. Productos o servicios.
5. Estudio de mercado.
 1. - Análisis interno.

2. - Análisis externo.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PLAN DE EMPRESA II. PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL EN LAS ÁREAS DE GESTIÓN COMERCIAL, MARKETING Y PRODUCCIÓN

1. Plan de Marketing.
 1. - Presentación del Plan de Marketing.
 2. - Contenidos del Plan de Marketing.
 3. - Etapas del Plan de Marketing.
2. Plan de Producción.
 1. - Pasos a seguir en el proceso de producción.
 2. - Decisiones sobre la localización del negocio.
 3. - Descripción del diseño del proceso de producción.
 4. - Descripción del diseño de prestación del servicio.
 5. - Decisiones sobre distribución de espacio.
 6. - Esquema de producción/prestación del bien/servicio.
 7. - Decisiones sobre el equipo específico.
 8. - Alternativas del proceso de producción.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PLAN DE EMPRESA III. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE INFRAESTRUCTURA, RR.HH. Y RECURSOS FINANCIEROS

1. Infraestructuras.
 1. - Locales, edificios y terrenos.
 2. - Maquinaria, mobiliario y herramientas.
 3. - Transportes.
2. Recursos Humanos.
 1. - Sistemas de selección de personal.
 2. - El coste de los recursos humanos.
3. Plan Financiero.
 1. - Plan de Inversiones.
 2. - Plan de Financiación.
 3. - Balance de situación inicial.
 4. - Cuenta de resultados provisional.
 5. - Cuenta de tesorería.
4. Valoración del riesgo. Valoración del proyecto.
5. Estructura legal. Forma jurídica.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HISTORIA DE LA MODA

1. Teoría de la moda.
2. El diseñador y las tendencias.
3. La moda internacional.
4. La moda española.
5. Revistas y prensa especializada.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTILISMO Y TENDENCIAS EN LA MODA

1. Introducción a las tendencias.

2. Música: artistas que marcan estilo.
3. Arte: principales inspiraciones y ejemplos.
4. El fenómeno blogger.
5. El cine como generador de estilo.
6. Webs de referencia.
7. Cómo analizar los desfiles.
8. Cómo buscar en las redes sociales.
9. Libros de tendencias.
10. Siluetas destacadas.
11. Calendario de la moda.
12. Conocimiento de los ciclos en la moda.
13. Fotografía.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING EN LA MODA

1. El mercado de la moda y su entorno.
2. La segmentación, el posicionamiento e investigación de mercados en la moda.
3. El consumidor del producto moda.
4. El producto de moda y marca.
5. Los precios.
6. Comunicación y promoción en la moda.
7. La distribución.
8. Marketing estratégico en la moda. La planificación estratégica.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. OPERACIONES EN LA INDUSTRIA DE LA MODA

1. Planificación de colecciones.
2. Retail.
 1. - El Concepto de Retail.
 2. - Tipos de retailers.
3. Modelos de negocio. La tienda Online.
 1. - Algunos Modelos de Negocio.
 2. - E-commerce.
 3. - Consejos para crear una tienda de moda online eficaz.
4. Compras y negociación con proveedores.
 1. - Criterios de selección de proveedores.
 2. - Tipos de negociación.
 3. - Etapas del proceso de negociación.
5. Liquidación de stocks.
 1. - Gestión de Stocks.
 2. - Excesos de stocks.

PARTE 3. RELACIONES PÚBLICAS

MÓDULO 1. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Definición de comunicación

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. Elementos y características de la comunicación
3. Teorías comunicativas según el contexto
4. Obstáculos comunicativos
5. Tipologías comunicativas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1. Habilidades de la conversación
2. Proceso de escucha
3. Importancia de la empatía en la comunicación
4. Reformulación de comunicaciones
5. Cómo lograr la aceptación incondicional
6. La habilidad de personalizar
7. La confrontación en la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Introducción a la comunicación en la empresa
2. Proceso y elementos de la comunicación
3. La calidad de las comunicaciones empresariales
4. Tipos de comunicaciones: Internas y externas
5. Tipologías de comunicación empresarial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTEGRAL EMPRESARIAL

1. PCI o políticas de comunicación integral
2. Formación en comunicación de los directivos
3. Organización de actos públicos
4. Actitudes y comportamientos ante medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO EMPRESARIAL

1. Introducción al proceso directivo
2. Características y teorías de liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN LABORAL

1. Conceptualización de motivación laboral
2. Características y teorías de la motivación laboral
3. Liderazgo y motivación
4. Logro de satisfacción laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIACIÓN A LA NEGOCIACIÓN

1. Definición de negociación
2. Características generales de la negociación
3. Elementos fundamentales
4. Proceso de negociación y fases principales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS FUNDAMENTALES DE NEGOCIACIÓN

1. Definición de estrategias en negociación
2. Técnicas y tácticas de negociación
3. Elementos prácticos de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA IMPORTANCIA DEL SUJETO NEGOCIADOR

1. Características de la personalidad del negociador
2. Habilidades fundamentales que debe desarrollar todo negociador
3. Propiedades del sujeto negociador
4. Tipos de sujetos negociadores

MÓDULO 2. MARKETING RELACIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING RELACIONAL

1. Marketing transaccional vs. Marketing relacional
2. Diferencias entre venta transaccional y venta relacional
3. Marketing relacional como marketing enfocado al cliente
4. Elementos que inciden en el desarrollo del marketing relacional
5. Conceptos integrados en el marketing relacional

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE COMO BASE DEL MARKETING RELACIONAL

1. La fidelización como objetivo del marketing relacional
2. Nivel de fidelidad de los clientes
3. Programas de fidelización
4. Objetivos de un programa de fidelización
5. Efecto de los programas de fidelización en los resultados empresariales
6. Implicaciones de la fidelización en el largo plazo

UNIDAD DIDÁCTICA 12. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES ONLINE

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización online
2. Conceptos de fidelización online
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización del cliente en Internet
5. Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 13. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

1. La base de datos
2. Creación de una base de datos
3. Elementos de una base de datos de marketing
4. Calidad de los datos
5. Sistemas de Información Geográfica en Marketing
6. Data mining

UNIDAD DIDÁCTICA 14. LA SEGMENTACIÓN DE CLIENTES COMO PRINCIPAL HERRAMIENTA PARA CONOCER AL CLIENTE

1. Segmentación tradicional vs. Segmentación de marketing relacional
2. Criterios de segmentación
3. Técnicas de análisis y segmentación de clientes
4. Segmentación en Internet
5. Geomarketing y segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 15. MÉTRICAS EN MARKETING RELACIONAL

1. La importancia de medir los resultados
2. Definición de un plan de investigación
3. Tipologías básicas de métricas en el marketing relacional
4. Métricas de clientes
5. Otros indicadores básicos

UNIDAD DIDÁCTICA 16. GENERACIÓN DE LEADS

1. Estrategias para captar leads de calidad
2. Utilización de email marketing para captar leads
3. Utilización de buscadores para la generación de leads
4. El permission marketing

MÓDULO 3. SOCIAL MEDIA Y RELACIONES PÚBLICAS

UNIDAD DIDÁCTICA 17. INTRODUCCIÓN Y 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 18. SOCIAL CRM

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

UNIDAD DIDÁCTICA 19. ATENCIÓN AL CLIENTE EN FACEBOOK

1. Introducción
2. Escucha activa
3. Uso de chatbots en Facebook Messenger
4. Información de la Fanpage
5. Gestión de Comentarios
6. Reseñas o valoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 20. ATENCIÓN AL CLIENTE EN TWITTER

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Agregar un botón de mensaje
4. Configurar mensajes de bienvenida
5. Deep Links
6. Monitorización
7. Gestión de comentarios
8. Gestionar crisis de reputación en Twitter

UNIDAD DIDÁCTICA 21. ATENCIÓN AL CLIENTE EN INSTAGRAM

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Instagram Direct
4. Gestión de comentarios
5. Herramientas de Análisis y monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 22. 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

MÓDULO 4. RELACIONES PÚBLICAS Y GABINETES DE PRENSA

UNIDAD DIDÁCTICA 23. LAS RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción
2. Concepto y definición de relaciones públicas
3. Elementos de las relaciones públicas
4. Análisis de los públicos
5. El contexto económico empresarial actual: las relaciones públicas como práctica de la responsabilidad social
6. Implicaciones del marketing social en las relaciones públicas
7. La integración de las relaciones públicas en el plan de comunicación
8. La efectividad y la investigación en las relaciones públicas
9. Análisis del posicionamiento según Ries y Trout: publicidad vs relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 24. GABINETES DE PRENSA Y NEGOCIACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. Introducción y planteamiento general

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. Consideraciones preliminares
3. La personalización de las relaciones con la prensa
4. Negociación de las partidas y noticiabilidad
5. Gestión y coordinación
6. Desarrollo del trabajo del gabinete

PARTE 4. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL E INSTITUCIONAL

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. APROXIMACIÓN AL PROTOCOLO

1. ¿Qué es el protocolo?
2. El sesgo cultural en el protocolo
3. Actos públicos/Actos privados
4. Normativa sobre protocolo
5. Protocolo y sector privado
6. Tipos de protocolo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ÁMBITOS DESTACADOS EN EL PROTOCOLO

1. Ámbito Universitario
2. Los espectáculos públicos
3. Ámbito Judicial
4. Ámbito Militar
5. Corporaciones Locales
6. Ámbito Empresarial
7. Ámbito Social

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROTOCOLO SOCIAL

1. Introducción: el concepto de cortesía
2. Las fórmulas de tratamiento
3. Saludos y despedidas
4. Las presentaciones
5. La puntualidad
6. El vestuario
7. Ceremoniales y costumbres sociales mundiales
8. Cuándo fumar

MÓDULO 2. HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN

1. Conceptualización de la comunicación
2. Elementos constitutivos de la comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Obstáculos en la comunicación
5. Tipos de comunicación

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HABILIDADES Y COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

1. Habilidades conversacionales
2. La escucha
3. La empatía
4. La reformulación
5. La aceptación incondicional
6. La destreza de personalizar
7. La confrontación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PUBLICIDAD, MARKETING Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA

1. La publicidad
2. Identidad corporativa

MÓDULO 3. PROTOCOLO INSTITUCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÍTULOS NOBILIARIOS, TRATAMIENTOS HONORÍFICOS Y CONDECORACIONES

1. Títulos nobiliarios
2. Los tratamientos honoríficos
3. Las condecoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA CORONA ESPAÑOLA

1. La Familia Real
2. Simbología Real
3. Atribuciones reales
4. Honores correspondientes a la Corona
5. La Casa Real y las relaciones con la Corona

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ELEMENTOS Y SIMBOLOGÍA EN EL PROTOCOLO ESPAÑOL

1. Elementos y símbolos del Estado
2. Las Comunidades Autónomas

MÓDULO 4. PROTOCOLO EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA

1. Necesidad del protocolo en la empresa
2. Saber ser y saber estar en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA COMUNICACIÓN EN EL PROTOCOLO EMPRESARIAL

1. Políticas de Comunicación Integral (PCI)
2. La formación comunicacional de los directivos
3. Cómo hablar en público
4. El comportamiento ante los medios de comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CLASIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES

1. Cómo se planifica un acto público
2. Tipos de eventos
3. La seguridad en los actos

UNIDAD DIDÁCTICA 13. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (I)

1. Concepto de certamen ferial: Tipología de ferias
2. Formas de composición organizativa de las ferias
3. Organización de un recinto ferial
4. Gestión operativa de un Certamen ferial

UNIDAD DIDÁCTICA 14. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (II)

1. Oferta y demanda de eventos feriales
2. Marketing y comunicación ferial
3. Comercialización del evento

UNIDAD DIDÁCTICA 15. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (I)

1. Precongreso
2. El congreso: días previos y celebración
3. La candidatura
4. El Comité Organizador
5. Definición del Congreso
6. Naturaleza del congreso
7. Objetivos
8. Participantes
9. Elección de sede y fechas
10. La imagen
11. Medios
12. Comité de Honor

UNIDAD DIDÁCTICA 16. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (II)

1. Las Secretarías del Congreso
2. Financiación del congreso
3. Postcongreso

UNIDAD DIDÁCTICA 17. INVITACIONES, PRESIDENCIAS Y PRECEDENCIAS

1. Las invitaciones
2. Las mesas
3. Las presidencias
4. Las precedencias
5. Colocación de los invitados

PARTE 5. INGLÉS A2

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIT 1. AT HOME

1. Listening
 1. - Meeting
 2. - Linking words
2. Reading
 1. - Comparative adjectives: superiority and inferiority
 2. - Comparative adjectives: equality
3. Grammar
 1. - Present continuous
 2. - Interrogative pronouns
4. Vocabulary
 1. - Part of the house
 2. - Housework
5. Writing
 1. - An essay
 2. - Actividad práctica. Expresión escrita
6. Speaking
 1. - Semivowel sounds
 2. - Actividad práctica. Expresión oral
7. Culture and civilization
 1. - Actividad práctica. Repaso

UNIT 2. MEDIA AND COMMUNICATION

1. Listening
 1. - News
 2. - There was, there were
2. Reading
 1. - A journalist
 2. - A few, a little
3. Grammar
 1. - A lot of, much, many
 2. - How much, how many
4. Vocabulary
 1. - Journalism and media
 2. - Verbs related to news
5. Writing
 1. - A news report
 2. - Actividad práctica. Expresión escrita
6. Speaking
 1. - The schwa
 2. - Actividad práctica. Expresión oral
7. Culture and civilization
 1. - Actividad práctica. Repaso

UNIT 3. TRAVEL THE WORLD

1. Listening

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

1. - On holidays
2. - Adverb formation
2. Reading
 1. - Traveling
 2. - Prepositions of time
3. Grammar
 1. - Future simple
 2. - Will vs be going to
4. Vocabulary
 1. - Holiday places
 2. - Holiday objects
5. Writing
 1. - Writing a postcard
 2. - Actividad práctica. Expresión escrita
6. Speaking
 1. - Voiced and voiceless consonants
 2. - Actividad práctica. Expresión oral
7. Culture and civilization
 1. - Actividad práctica. Repaso

UNIT 4. LET'S GO TO THE WORK

1. Listening
 1. - Let's go to work
 2. - Make vs do
2. Reading
 1. - Technology
 2. - Indefinite pronouns
3. Grammar
 1. - Present perfect
 2. - First conditional
4. Vocabulary
 1. - Professions
 2. - Work place
5. Writing
 1. - Writing a CV
 2. - Actividad práctica. Expresión escrita
6. Speaking
 1. - Sh vs. S
 2. - Actividad práctica. Expresión oral
7. Culture and civilization
 1. - Actividad práctica. Repaso

UNIT 5. AROUND TOWN

1. Listening
 1. - Explore the city
 2. - Make vs let
2. Reading

1. - Clothing
2. - Imperative affirmative
3. Grammar
 1. - Past continuous
 2. - Second conditional
4. Vocabulary
 1. - Type of shops
 2. - Clothes
5. Writing
 1. - An email
 2. - Actividad práctica. Expresión escrita
6. Speaking
 1. - Sh vs. Ch
 2. - Actividad práctica. Expresión oral
7. Culture and civilization
 1. - Actividad práctica. Repaso

UNIT 6. HEALTH AND WELLNESS

1. Listening
 1. - At the doctor's
 2. - Must, should, might
2. Reading
 1. - Wellness
 2. - Infinitive of purpose
3. Grammar
 1. - Past perfect
 2. - Relative clauses
4. Vocabulary
 1. - Body parts
 2. - Illnesses
5. Writing
 1. - A blog post
 2. - Actividad práctica. Expresión escrita
6. Speaking
 1. - The voiceless TH sound
 2. - Actividad práctica. Expresión oral
7. Culture and civilization
 1. - Actividad práctica. Repaso

PARTE 6. INGLÉS ATENCIÓN AL PÚBLICO EN MODA

UNIT 1: FASHION INDUSTRY

UNIT 2: NEW CUSTOMER

UNIT 3: NEW COLLECTION

UNIT 4: FITTING ROOM

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIT 5: COMPLEMENTS

UNIT 6: MONEY

UNIT 7: THE SHOP

UNIT 8: PHONE

UNIT 9: ORDERS

UNIT 10: COMPLAINTS

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

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