



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Meetings, Incentives, Conventions & Events. MICE + 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 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



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
**FAMILIA
NUMEROSA**

20% Beca
**DIVERSIDAD
FUNCIONAL**

20% Beca
**PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS**



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Meetings, Incentives, Conventions & Events. MICE + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Meetings, Incentives, Conventions & Events 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 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 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 XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.
Con una calificación XXXXXXXXXXXXX.

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 Estatuto Consultivo, Categoría Superior del Consejo Económico y Social de la UNED (2010) (Plan: Procedimiento 0005)

Descripción

Si quiere dedicarse profesionalmente al entorno de las gestión de eventos y especializarse en labores relacionadas con las relaciones públicas o protocolo este es su momento, con el Master en Meetings, Incentives, Conventions & Events. MICE podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta función de manera experta, el Turismo de Negocios está muy de moda en la actualidad y por ese este Master en Meetings, Incentives, Conventions & Events. MICE le capacita para profundizar en este campo.

Objetivos

Entre los objetivos de este Máster Eventos encontramos- Conocer la importancia del turismo de negocios en la actualidad. - Planificar, estructurar y gestionar un departamento de protocolo. - Conocer y aplicar de forma reflexiva reglas y técnicas de protocolo para cualquier tipo de actos. - Aprender todo lo referente sobre la comunicación interna y externa de la empresa. - Conocer los aspectos esenciales de la publicidad y las relaciones públicas. - Aplicar los métodos y técnicas de gestión del tiempo a través de las herramientas idóneas en procesos de organización de agenda. - Aplicar técnicas de negociación en situaciones de organización y contratación de reuniones, viajes y eventos corporativos persiguiendo soluciones de beneficio mutuo entre las partes.

A quién va dirigido

Este máster online está dirigido a profesionales encargados de organizar y planificar eventos institucionales o sociales, así como a aquellos que quieran ampliar su formación sobre las técnicas de

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

protocolo o relaciones públicas para aplicarlas en este entorno profesional.

Para qué te prepara

Esta acción formativa te prepara para tener una visión completa de las funciones que se realizan en el entorno de las relaciones públicas, así como a adquirir las técnicas oportunas sobre protocolo, gestión de eventos y publicidad.

Salidas laborales

Los conocimientos de este Máster Eventos son aplicables, profesionalmente, en las áreas de comunicación, gestión y organización de eventos y protocolo. También te capacita para desempeñar funciones de relaciones públicas.

TEMARIO

PARTE 1. ORGANIZACIÓN, GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1. Introducción
2. Tipos de reuniones
3. Terminología usada en las reuniones, juntas y asambleas
4. Preparación de las reuniones
5. Etapas de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Tipos de Eventos
2. Organización del Evento
3. Condiciones técnicas y económicas requeridas al servicio contratado
4. Medios de cobro y pago

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL ORGANIZADOR DE EVENTOS (RELACIONES PÚBLICAS)

1. Definición y concepto de Relaciones Públicas
2. Como montar una operación de relaciones públicas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOCOLO EMPRESARIAL PARA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Introducción
2. Real Decreto 2099/83 Ordenamiento General de precedencias en el Estado
3. El regalo en la empresa
4. La etiqueta
5. Ubicación correcta de símbolos
6. La imagen de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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 7. CLASIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS (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 9. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS FERIALES (II)

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

UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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 11. ORGANIZACIÓN DE CONGRESOS (II)

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

UNIDAD DIDÁCTICA 12. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (I)

1. Deporte y protocolo
2. Esquema general de la organización y gestión de un evento deportivo
3. Estrategia de Marketing
4. Elaboración de Presupuestos
5. Creación del Comité de dirección y coordinación

UNIDAD DIDÁCTICA 13. DISEÑO Y PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO (II)

1. Planificación estratégica
2. Fases de la planificación estratégica
3. Planificación deportiva
4. Tipos de planificaciones
5. Proceso planificador
6. La gestión deportiva
7. Punto de encuentro entre oferta y demanda
8. El proyecto deportivo
9. Dirección de proyectos deportivos

UNIDAD DIDÁCTICA 14. BENEFICIOS DE LA ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Introducción
2. Beneficios socioeconómicos fundamentales
3. Beneficios sociopolíticos
4. Repercusión de la imagen de las ciudades y los países y el impacto sobre el turismo de los grandes eventos

UNIDAD DIDÁCTICA 15. PATROCINIO DE EVENTOS: EL PATROCINIO DE UN EVENTO DEPORTIVO

1. Introducción
2. El patrocinio deportivo en España
3. Las posibilidades publicitarias de los eventos deportivos
4. Intereses y exigencias de los patrocinadores

UNIDAD DIDÁCTICA 16. 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 17. PUBLICIDAD, MARKETING Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA

1. La publicidad
2. Identidad corporativa

ANEXO 1. EJEMPLO PRÁCTICO DE PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

1. ¿Por qué organizamos un evento?
2. Planificación y Organización del Evento
3. Formato del evento y Público objetivo
4. Presupuesto y programación
5. Destino y lugar de celebración

PARTE 2. EXPERTO EN PROTOCOLO SOCIAL E INSTITUCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL PROTOCOLO

1. ¿Qué es el protocolo?
2. Actos públicos/Actos privados
3. Normativa sobre protocolo
4. 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
2. Las fórmulas de tratamiento
3. Saludos y despedidas
4. Las presentaciones
5. La puntualidad
6. El vestuario
7. Ceremoniales y costumbres sociales mundiales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOCOLO INSTITUCIONAL I

1. Elementos y símbolos del Estado
2. Las Comunidades Autónomas
3. Títulos nobiliarios
4. Los tratamientos honoríficos
5. Las condecoraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTOCOLO INSTITUCIONAL II

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PROTOCOLO Y BUENAS COSTUMBRES EN LA MESA

1. Introducción
2. Preparación de las mesas como anfitrión
3. Cómo comportarnos en un restaurante
4. Ubicación de las mesas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROTOCOLO EN LA EMPRESA

1. Necesidad del protocolo en la empresa
2. Seleccionar y colocar invitados en los actos
3. Las reuniones de negocios
4. Agasajos en los negocios
5. Exhibiciones comerciales
6. Inauguración de empresa
7. Visita a empresa
8. Entrega de distinciones empresariales
9. Viaje de negocios
10. Negociación con delegaciones

PARTE 3. RELACIONES PÚBLICAS

MÓDULO 1. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Definición de comunicación
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
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. GESTIÓN DEL TIEMPO, RECURSOS E INSTALACIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EFICIENCIA, EFICACIA Y EFECTIVIDAD. UMBRAL DE RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD DEL SECRETARIADO. PRODUCTIVIDAD.

1. Medios y métodos de trabajo.
2. La planificación como hábito:
3. Priorización.
4. Organización.
5. Delegación.
6. Control y ajuste. El control del tiempo.
7. La calidad en los trabajos de secretariado.
8. Habilidades de relación intra-personal para optimizar el tiempo: iniciativa, pro-actividad, creatividad e innovación.
9. Habilidades de relación interpersonal para optimizar el tiempo: asertividad, comunicación y negociación.
10. El puesto de trabajo de la secretaria: el despacho, el mobiliario de oficina, el escritorio, las herramientas de trabajo -ordenador, fax, teléfono, fotocopidora, grabadora, agenda-, el material de trabajo -papel, sobres, etc.-, menaje y suministros varios.
11. La recepción de la empresa, la sala de reuniones, el salón de actos y otras dependencias de la organización.
12. Prevención de riesgos laborales.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN EN

LA EN LA EMPRESA. EL ARCHIVO.

1. Flujo documental en la empresa.
2. Clasificación de los documentos.
3. Tratamiento de los documentos. Estrategias y características de un buen archivo.
4. El archivo corporativo. Establecimiento de criterios y procedimientos de uso.
5. Gestión documental informática -"oficina sin papeles"-.
6. Requisitos medioambientales para la eliminación de residuos.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA AGENDA

1. Tipos de agenda.
2. Secciones de la agenda.
3. Gestión de agendas.

PARTE 5. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES Y EVENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1. Tipos de reuniones
2. Planificación de las reuniones.
3. Preparación de las reuniones.
4. Terminología utilizada en reuniones, juntas y asambleas.
5. El desarrollo de la reunión. Etapas de una reunión. -Duración, pausas, almuerzo y otros).
6. Tipología y funciones de los participantes en una reunión. -Dirección, secretario, moderador, tesorero, vocales, presentador, proveedor, cliente, y otros-.
7. El papel de la secretaria el día de la reunión. -Preparar, comprobar, atender-.
8. La evaluación de la reunión. Actuaciones posteriores a la reunión.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA NEGOCIACIÓN

1. Elaboración de un plan de negociación.
2. Tipos o niveles
3. Participantes.
4. Fases de la negociación
5. Recursos psicológicos en la negociación.
6. Análisis de los procesos y estrategias de negociación en la empresa.
7. Los presupuestos y contratos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

1. Objetivos.
2. Presupuesto.
3. Tipos de eventos atendiendo a su ámbito.
4. Informe del proyecto pormenorizado de la organización del evento.
5. Listado de comprobaciones.
6. El papel de la secretaria el día del evento -Preparar, comprobar, atender-.
7. Condiciones técnicas requeridas al bien o servicio contratado
8. Condiciones económicas requeridas al bien o servicio contratado:
9. Medios de cobro y pago, convencionales y telemáticos:

10. Documentos de cobro y pago.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROTOCOLO EMPRESARIAL

1. Tratamientos dentro de la empresa.
2. Recepción de las visitas.
3. El restaurante como parte de la oficina.
4. RD.2099/83 Ordenamiento General de Precedencias en el Estado.
5. El regalo en la empresa.
6. La etiqueta en hombres y mujeres.
7. Ubicación correcta de los símbolos.
8. La imagen y la empresa.

PARTE 6. ORGANIZACIÓN DE VIAJES NACIONALES E INTERNACIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. SERVICIOS Y PRODUCTOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

1. Condiciones de la contratación de un servicio
2. Seguros de viaje, médicos y de automóviles
3. Medios y rutas de transporte nacionales e internacionales
4. Medios de realización: Internet, teléfono y otros
5. Derechos del viajero
6. Legislación sobre viajeros en tránsito y aduanas
7. Características y funciones de organismos oficiales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

1. Objetivos del viaje
2. Presupuesto
3. Lista de comprobación y confirmación
4. Documentación necesaria anterior al viaje
5. Gestión de las necesidades del país o países que se visiten
6. Itinerarios
7. Medios de transporte
8. Métodos para el alquiler de vehículos Normativa al respecto
9. Visitas turísticas
10. Información cultural y genérica

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANIFICACIÓN DEL VIAJE

1. Medios de locomoción
2. Horarios
3. Reservas de transporte
4. Alojamientos y tipos de pensión
5. Medios de cobro y pago Intérpretes
6. Servicios especiales-sala de reuniones, fax, secretario, despachos, salas audiovisuales- Documentación y preparación de las jornadas de trabajo
7. La oficina móvil
8. La agenda de reuniones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DOCUMENTACIÓN POSTERIOR AL VIAJE

1. Informe económico
2. Justificantes
3. Notas de entrega
4. Albaranes
5. Facturas pro-forma
6. Facturas definitivas
7. Seguimiento de acuerdos
8. Evaluación y análisis de resultados
9. Archivo
10. Estudios de optimización, realización y temporalización de viajes nacionales e internacionales

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PROTOCOLO NACIONAL E INTERNACIONAL Y USOS SOCIALES.

1. Invitaciones en España y en el extranjero
2. Forma y contestación de las invitaciones
3. Obligaciones con los visitantes
4. Protocolo y comunicación en países de religión musulmana
5. Protocolo y comunicación con países de Hispanoamérica
6. Protocolo y comunicación en diversos países
7. Diplomacia en la Unión Europea
8. Decálogo del protocolo empresarial internacional

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Telefonos de contacto

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

!Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

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

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.com

Horario atención al cliente

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

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group