



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



## Máster en Revenue Management y Marketing Turístico





Elige aprender en la escuela  
**líder en formación online**

# ÍNDICE

**1** | Sobre Euroinnova

**2** | Alianza

**3** | Rankings

**4** | Alianzas y acreditaciones

**5** | By EDUCA EDTECH Group

**6** | Metodología

**7** | Razones por las que elegir Euroinnova

**8** | Financiación y Becas

**9** | Metodos de pago

**10** | Programa Formativo

**11** | Temario

**12** | Contacto

Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## SOMOS EUROINNOVA

---

**Euroinnova International Online Education** inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de  
**19**  
años de  
experiencia

Más de  
**300k**  
estudiantes  
formados

Hasta un  
**98%**  
tasa  
empleabilidad

Hasta un  
**100%**  
de financiación

Hasta un  
**50%**  
de los estudiantes  
repite

Hasta un  
**25%**  
de estudiantes  
internacionales

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNACIONAL 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**  
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

## ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## BY EDUCA EDTECH

---

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



### ONLINE EDUCATION

---



[Ver en la web](#)



# METODOLOGÍA LXP

---

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

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



## 1. Flexibilidad

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



## 2. Accesibilidad

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



## 3. Personalización

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



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

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



## 5. Innovación

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



## 6. Excelencia educativa

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



Programas  
**PROPIOS**  
**UNIVERSITARIOS**  
**OFICIALES**

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

### 1. Nuestra Experiencia

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

### 2. Nuestro Equipo

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

### 3. Nuestra Metodología



#### 100% ONLINE

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



#### APRENDIZAJE

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



#### EQUIPO DOCENTE

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



#### NO ESTARÁS SOLO

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

Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## 4. Calidad AENOR

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



## 5. Confianza

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



## 6. Somos distribuidores de formación

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

## MÉTODOS DE PAGO

---

Con la Garantía de:



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



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## Máster en Revenue Management y Marketing Turístico



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO  
PERSONALIZADO**

### Titulación

---

Título de Máster en Revenue Management y Marketing Turístico certificado por CEUPE

### Descripción

---

El turismo y el marketing están en constante evolución, con un auge que exige profesionales altamente capacitados. El Máster en Revenue Management y Marketing Turístico se presenta como una oportunidad única para adquirir las habilidades necesarias en este dinámico sector. Este máster te proporcionará un profundo entendimiento de las tendencias actuales en turismo, desde la segmentación de mercado hasta estrategias de marketing digital y la gestión de ingresos. Aprenderás a optimizar la oferta y demanda turística con técnicas avanzadas de Revenue Management, esenciales para maximizar los beneficios en un entorno competitivo. Con un enfoque en el análisis de la demanda y la implementación de estrategias de marketing, te prepararás para liderar y transformar la industria turística.

### Objetivos

---

- Comprender el sistema turístico y su evolución histórica.
- Analizar la oferta y demanda turística en mercados internacionales.
- Aplicar técnicas de comunicación efectivas en atención al cliente turístico.
- Implementar estrategias de Marketing Mix en el sector turístico.
- Desarrollar planes de Revenue Management en hoteles.
- Evaluar la gestión de calidad en servicios turísticos.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

- Diseñar campañas de marketing digital para el sector turismo.

## A quién va dirigido

---

El Máster en Revenue Management y Marketing Turístico está dirigido a profesionales y titulados del sector turístico que busquen ampliar sus conocimientos en áreas como la gestión de la calidad, el marketing digital y la investigación de mercados internacionales. Ideal para quienes desean profundizar en estrategias avanzadas de revenue management y planificación estratégica.

## Para qué te prepara

---

El Máster en Revenue Management y Marketing Turístico te capacita para analizar y gestionar la demanda turística, diseñar estrategias de marketing efectivas, y optimizar las tarifas y reservas en el sector turístico. Aprenderás a interpretar indicadores clave como RevPAR y GOPPAR, y a implementar técnicas de Yield Management en diferentes contextos. Además, adquirirás habilidades para desarrollar planes de marketing digital.

## Salidas laborales

---

Las salidas laborales de este Máster en Revenue Management y Marketing Turístico son en áreas como el revenue management en hoteles y aerolíneas, análisis de estrategias de precios en agencias de viajes, consultoría de marketing turístico digital, dirección de marketing en destinos turísticos, especialista en gestión de reservas y distribución o community manager en empresas turísticas.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## 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

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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. 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

[Ver en la web](#)



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

1. Perfil profesional, habilidades y conocimientos del Revenue Manager

## MÓDULO 3. 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 4. 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 estratega
4. Objetivos de la gerencia

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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 5. 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 6. 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

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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

#### MÓDULO 7. SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN MARKETING

1. ¿Qué es el Sistema de Información en Marketing?
2. Obtención de la Información

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL: TU ALIADA EN LA TOMA DE DECISIONES

1. Definiciones investigación comercial
2. Etapas de la investigación comercial
3. El proceso de Investigación Comercial según
4. Tipos de información para inteligencia comercial
5. Factores clave de éxito en los negocios
6. Tipos de investigación de mercado
7. Público Objetivo o target Group
8. Segmentación del mercado
9. Técnicas de elaboración de un estudio de mercado
10. ¿Cómo se hace un estudio de mercado?

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

1. ¿En qué consiste la Investigación Cualitativa?
2. Finalidades de la investigación cualitativa
3. El muestreo en la investigación cualitativa

##### UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

1. ¿En qué consiste la Investigación Cuantitativa?
2. Selección y tamaño de la muestra
3. Muestreo aleatorio sin reemplazamiento en la práctica
4. Muestreo estratificado en la práctica

5. Errores en la investigación por medio de encuesta
6. Revisión del concepto de variable y escalas de medición
7. Escalas
8. Investigación mediante encuestas
9. Concepto y tipos de cuestionario
10. Material para realizar la encuesta: El cuestionario
11. Tasa de respuesta
12. Técnicas de análisis de la información

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMAS ONLINE DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL

1. Conociendo las formas on line de la Investigación comercial
2. La adopción tecnológica en el sector de la investigación comercial
3. Herramientas de investigación comercial en Internet
4. La netnografía
5. Neuromarketing e investigación de mercados
6. Tendencias en la Investigación de mercados

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

1. Ciclo de vida del producto e Investigación de mercados
2. Usos del estudio del Ciclo de Vida
3. Estándares de Calidad en Investigación de mercados

#### MÓDULO 8. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA

1. La decisión de internacionalización de la empresa
2. Etapas del proceso de internacionalización
3. Las variables de marketing en la internacionalización de la empresa

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. SELECCIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

1. Tipología de la información de mercados
2. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cualitativa
3. Descripción y características de los principales sistemas de obtención de información primaria cuantitativa
4. Fuentes de información secundaria sobre mercados nacionales e internacionales
5. Procedimientos para cumplir los criterios en la selección de las fuentes y datos de información

##### UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUENTES DE INFORMACIÓN EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

1. Información de comercio internacional
2. Canales y fuentes de información en el comercio internacional
3. Buscadores y bases de datos online en el comercio internacional
4. Gestión de la información de comercio internacional

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNACIONAL

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN

1. Tendencias globales
2. El atractivo de mercado Los grupos estratégicos
3. La caracterización de la empresa propia
4. Las capacidades dinámicas
5. El liderazgo y otras opciones
6. Definición de la estrategia

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. SELECCIÓN DE MERCADOS INTERNACIONALES

1. Acceso al mercado internacional: Barreras de entrada y salida
2. Variables de selección de mercados
3. Pasos del proceso de investigación de mercado

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. PLANIFICACIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. APLICACIONES PRÁCTICAS DE MARKETING

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

## Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

### Teléfonos de contacto

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