



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

**Técnico Superior en Marketing y Publicidad (Preparación Acceso a las Pruebas Libres de FP)**





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 estudiantess 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**  
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



## Descripción

---

El curso de preparación para las pruebas libres de Técnico Superior en Marketing y Publicidad ofrece una formación integral para enfrentar los retos del dinámico sector del comercio y marketing. Los alumnos aprenderán a gestionar la constitución y puesta en marcha de empresas comerciales, asegurando la rentabilidad económica y financiera. Además, adquirirán habilidades en investigación de mercados, planificación de acciones de marketing y el uso efectivo de medios digitales y tradicionales. Este curso proporciona una base sólida para alcanzar el éxito en el competitivo mundo del marketing y publicidad.

## Objetivos

---

- Gestionar eficientemente recursos financieros para la rentabilidad empresarial.
- Obtener, analizar y organizar información de mercados mediante técnicas estadísticas.
- Establecer un Sistema de Información de Marketing (SIM) para apoyar decisiones estratégicas.
- Planificar y lanzar productos y servicios al mercado con éxito.
- Desarrollar estrategias y políticas de marketing efectivas.
- Utilizar medios y soportes de comunicación para alcanzar audiencias específicas.
- Brindar atención al cliente, consumidor y usuario con enfoque en la satisfacción y fidelización.

## A quién va dirigido

---

Este curso está dirigido a todas aquellas personas interesadas en obtener el título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad a través de las pruebas libres. Es ideal para quienes deseen desarrollar una carrera en el campo del marketing, publicidad, investigación de mercados, relaciones públicas o gestión empresarial, ya que ofrece conocimientos y habilidades prácticas necesarias para destacar en el mundo profesional.

## Para qué te prepara

---

Al finalizar este curso de preparación, el alumno estará capacitado para planificar, organizar y gestionar actividades de marketing en empresas de cualquier sector productivo. Podrá realizar investigaciones comerciales con enfoque estadístico, lanzar productos y servicios con éxito al mercado y aplicar técnicas de comunicación efectivas, tanto en medios digitales como tradicionales. Además, estará preparado para utilizar el inglés como herramienta para la comunicación empresarial y el ámbito internacional.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## Salidas laborales

---

Los titulados en Técnico Superior en Marketing y Publicidad a través de las pruebas libres podrán ejercer su profesión en diversos campos, destacando en empresas del sector del comercio y marketing, tanto públicas como privadas. Podrán desempeñar funciones de planificación, organización y gestión de actividades de marketing, investigación comercial, publicidad, relaciones públicas y organización de eventos. Asimismo, tendrán la oportunidad de trabajar en agencias de publicidad, departamentos de marketing y comunicación, empresas de investigación de mercados y consultorías, entre otras posibilidades laborales.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## TEMARIO

---

### MÓDULO 1. GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA INICIATIVA EMPRENDEDORA Y EL PLAN DE EMPRESA

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PLAN DE INVERSIONES DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 5. OBLIGACIONES FISCALES EN EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DOCUMENTOS DE COMPRAVENTA Y DE COBRO Y PAGO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA CONTABILIDAD EN EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL.

### MÓDULO 2. INVESTIGACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS (SIM)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO DEL MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SELECCIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN Y ARCHIVO DE LA INFORMACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROCEDIMIENTOS Y RECOGIDA DE INFORMACIÓN PRIMARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA ENCUESTA

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL CUESTIONARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL MUESTREO

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

### MÓDULO 3. TRABAJO EN CAMPO EN LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO DE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTROL Y EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL TRABAJO DE CAMPO DE UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DEL EQUIPO DE ENCUESTADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DINAMIZACIÓN Y LIDERAZGO DEL EQUIPO DE ENCUESTADORES

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MÉTODOS Y TIPOS DE ENCUESTA

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CUMPLIMENTACIÓN Y ESTRUCTURA DE LOS CUESTIONARIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 7. INCIDENCIAS EN EL PROCESO DE ENCUESTA/ENTREVISTA.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES DEL ENCUESTADOR.

MÓDULO 4. LANZAMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING PROMOCIONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN Y MOTIVACIÓN DE LA RED DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRESENTACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

MÓDULO 5. POLÍTICAS DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIOS.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EJECUCIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

MÓDULO 6. MEDIOS Y SOPORTES DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. REGULACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN PUBLICIDAD.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS Y SOPORTES PUBLICITARIOS.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EJECUCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS AUDIENCIAS Y LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTROL DE EMISIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.

[Ver en la web](#)



## MÓDULO 7. ATENCIÓN AL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARCO DE PROTECCIÓN DEL CLIENTE, CONSUMIDOR Y USUARIO EN CONSUMO.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ATENCIÓN Y GESTIÓN DE CONSULTAS, RECLAMACIONES Y QUEJAS EN CONSUMO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MEDIACIÓN Y ARBITRAJE EN MATERIA DE CONSUMO

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COMUNICACIÓN EN SITUACIONES DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN CONSUMO

UNIDAD DIDÁCTICA 10. NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN ANTE UNA QUEJA O RECLAMACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CONTROL DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE QUEJAS Y RECLAMACIONES.

## MÓDULO 8. MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING DIGITAL Y COMUNICACIÓN EN LA WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DE PÁGINAS WEB COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ADMINISTRACIÓN DE LOS ACCESOS Y CONEXIONES A REDES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE DIVERSOS SERVICIOS Y PROTOCOLOS DE INTERNET

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DETERMINACIÓN DE LA ESTRATEGIA QUE SE HA DE SEGUIR EN LAS INTERRELACIONES CON OTROS USUARIOS DE LA RED

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONSTRUCCIÓN DE PÁGINAS WEB

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REALIZACIÓN DE LA FACTURACIÓN ELECTRÓNICA Y OTRAS TAREAS ADMINISTRATIVAS DE FORMA TELEMÁTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DE UNA EMPRESA

## MÓDULO 9. DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MATERIAL DE COMUNICACIÓN

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ELABORACIÓN DE MATERIALES DE MARKETING Y COMUNICACIÓN SENCILLOS.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. AUTOEDICIÓN DE FOLLETOS Y MATERIALES DE COMUNICACIÓN SENCILLOS.

MÓDULO 10. RELACIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

1. Imagen y comunicación de la empresa
  1. - Mecenazgo, patrocinio y colaboración
  2. - Consolidación de marcas y productos
2. Eventos en marketing y comunicación
  1. - Ferias
  2. - Actos promocionales
  3. - Actos institucionales
  4. - Congresos
  5. - Recepciones
  6. - Ruedas de prensa y otros eventos
3. Documentación interna de planificación
  1. - Cronograma y organización de eventos
  2. - Planos, información práctica
  3. - Seguridad del evento
4. Atención especial a autoridades
5. Comunicación de eventos entre otros
  1. - Correspondencia
  2. - Publicidad del evento

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN Y CONTRATACIÓN DE ESPACIOS, MEDIOS Y PERSONAS PARA EVENTOS

1. Selección y negociación de ofertas
  1. - Especificaciones del lugar, material y equipo necesario
  2. - Lugares de celebración
  3. - Proveedores de servicios
2. Contratación de prestación de lugares o alquiler de medios

[Ver en la web](#)



1. - Contratación de servicios de logística y catering del evento
2. - Contratación de otros medios de apoyo al evento
3. Organización de recursos humanos y materiales para el desarrollo de eventos
  1. - Personal para el evento
  2. - Contratación y transmisión de instrucciones y normas
4. Prácticas habituales en la organización y gestión de eventos de marketing y comunicación
  1. - Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de eventos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

1. Supervisión y seguimiento de eventos
  1. - Control de participantes
2. Coordinación de recursos y proveedores: puntualidad, protocolo, seguridad y coordinación de servicio técnico
3. Repercusión en los medios y Dossier de prensa
4. Calidad en los servicios de gestión de eventos
  1. - Tratamiento de las reclamaciones y quejas
  2. - Incidencias y actuaciones ante las desviaciones e imprevistos
5. Evaluación de servicios requeridos por los eventos
  1. - Elaboración de informes de actos y eventos
  2. - Indicadores de calidad del evento
  3. - Cuestionarios de satisfacción
6. Utilización de aplicaciones informáticas en la gestión de la calidad de eventos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROTOCOLO Y COMUNICACIÓN PERSONAL Y CORPORATIVA

1. Relaciones entre protocolo e imagen corporativa
  1. - Naturaleza del protocolo empresarial
  2. - Manual de protocolo de la empresa
  3. - Comunicación corporativa
2. Tipos de protocolo
  1. - Protocolo social
  2. - Protocolo académico
  3. - Protocolo internacional
  4. - Protocolo de banquetes y comidas
  5. - Protocolo de normas de expresión y comportamiento a través de Internet
  6. - Protocolo en actos deportivos
  7. - Protocolo de atención
  8. - Protocolo de seguridad
3. Habilidades sociales y relaciones interpersonales
  1. - Normas de comportamiento y educación social
  2. - Psicología individual y social básica aplicada a actos sociales
  3. - Liderazgo, empatía y asertividad
4. La imagen personal
  1. - Elección del vestuario
  2. - Formas de saludar
5. Formas protocolares de expresión corporal
  1. - Comunicación verbal
  2. - El lenguaje corporal

6. Formas protocolares de expresión escrita
7. Atención a los medios de comunicación y prensa

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. CEREMONIAL DE ACTOS Y EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

1. Legislación de protocolo y ceremonial del Estado, Académico y Religioso
2. Ceremonial y protocolo institucional aplicado a eventos de empresas
3. Normas y usos habituales en actos protocolarios
  1. - Decoración y elementos escenográficos
  2. - Disposición de autoridades
  3. - Uso de símbolos oficiales: banderas, himnos, logotipos e imágenes de empresa
  4. - Orden de intervenciones y jerarquía
  5. - Atención a invitados y acompañantes
4. Desarrollo de actos y eventos protocolarios
  1. - Incidencias habituales en el desarrollo de actos y eventos
  2. - Fórmulas de resolución

#### MÓDULO 11. INGLÉS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MENSAJES ORALES

1. Obtención de información global y específica de conferencias y discursos
2. Estrategias para comprender e inferir significados no explícitos: ideas principales
3. Comprensión global de un mensaje
4. Mensajes directos, telefónicos, radiofónicos, grabados
5. Identificación del propósito comunicativo de los elementos del discurso oral
6. Recursos gramaticales
7. Otros recursos lingüísticos
8. Diferentes acentos de lengua oral
9. Identificación de registros con mayor o menor grado de formalidad
10. Estrategias para comprender e inferir significados por el contexto

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTERPRETACIÓN DE MENSAJES ESCRITOS

1. Predicción de información a partir de elementos textuales y no textuales
2. Recursos digitales, informáticos y bibliográficos
3. Soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax
4. Análisis de los errores más frecuentes
5. Identificación del propósito comunicativo
6. Recursos gramaticales
7. Relaciones lógicas
8. Relaciones temporales
9. Comprensión de sentidos implícitos, posturas o puntos de vista
10. Estrategias de lectura

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRODUCCIÓN DE MENSAJES ORALES

1. Registros utilizados en la emisión de mensajes orales según el grado de formalidad
2. Expresiones de uso frecuente e idiomáticas en el ámbito profesional

3. Recursos gramaticales
4. Otros recursos lingüísticos
5. Fonética
6. Marcadores lingüísticos de relaciones sociales, normas de cortesía y diferencias de registro
7. Conversaciones informales improvisadas
8. Recursos utilizados en la planificación del mensaje oral
9. Estrategias para participar y mantener la interacción y para negociar significados
10. Toma, mantenimiento y cesión del turno de palabra
11. Apoyo, demostración de entendimiento, petición de aclaración, etc
12. Entonación como recurso de cohesión del texto oral

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EMISIÓN DE TEXTOS ESCRITOS

1. Composición de una variedad de textos de cierta complejidad
2. Expresión y cumplimentación de mensajes y textos profesionales y cotidianos
3. Currículo vitae y soportes telemáticos: fax, e-mail, burofax
4. Propósito comunicativo de los elementos textuales
5. Recursos gramaticales
6. Relaciones lógicas
7. Secuenciación del discurso escrito
8. Derivación
9. Relaciones temporales
10. Coherencia textual
11. Uso de los signos de puntuación
12. Redacción, en soporte papel y digital, de textos de cierta complejidad
13. Elementos gráficos para facilitar la comprensión
14. Argumentación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. IDENTIFICACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS ELEMENTOS CULTURALES

1. Normas socioculturales y protocolarias en las relaciones internacionales
2. Uso de los recursos formales y funcionales para la buena imagen de la empresa
3. Reconocimiento de la lengua extranjera
4. Uso de registros adecuados según el contexto de la comunicación, el interlocutor y la intención de los interlocutores
5. Interés por la buena presentación de los textos escritos: normas gramaticales, ortográficas y tipográficas

#### MÓDULO 12. FORMACIÓN Y ORIENTACIÓN LABORAL

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. FUENTES DEL DERECHO LABORAL

1. Introducción a las fuentes del derecho laboral
2. Principios inspiradores del Derecho del Trabajo
3. Normas Internacionales Laborales
4. Normas Comunitarias Laborales
5. La Constitución Española y el mundo laboral
6. Leyes laborales
7. Decretos legislativos laborales

8. Decretos leyes laborales
9. Los Reglamentos
10. Costumbre laboral
11. Condición más beneficiosa de origen contractual
12. Fuentes profesionales

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONFLICTOS DE TRABAJO

1. Naturaleza del conflicto laboral
2. Procedimiento administrativo de solución de conflictos colectivos
3. Procedimientos extrajudiciales de solución de conflictos colectivos
4. Procedimiento judicial de solución de conflictos colectivos
5. Ordenación de los procedimientos de presión colectiva o conflictos colectivos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTRATOS (I). LA RELACIÓN LABORAL

1. El contrato de trabajo: capacidad, forma, período de prueba, duración y sujetos
2. Tiempo de trabajo: jornada laboral, horario, horas extraordinarias, recuperables y nocturnas, descanso semanal, días festivos, vacaciones y permisos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS (II). MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

1. Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
2. Contratos de trabajo de duración indefinida
3. Contratos de trabajo temporales
4. Contrato formativo para la obtención de la práctica profesional
5. Contrato de formación en alternancia

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. SISTEMA DE LA SEGURIDAD SOCIAL

1. Introducción. El Sistema de Seguridad Social
2. Regímenes de la Seguridad Social
3. Régimen General de la Seguridad Social. Altas y Bajas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE LA ACTIVIDAD EN EMPRESAS

1. Variables que intervienen en la optimización de recursos
2. Indicadores cuantitativos de control, a través del Cuadro de Mando Integral
3. Otros indicadores internos
4. La mejora continua de procesos como estrategia competitiva

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EMPRESAS

1. Trámites de constitución según la forma jurídica
2. La seguridad social
3. Organismos públicos relacionados con la constitución, puesta en marcha y modificación de las circunstancias jurídicas de pequeños negocios o microempresas
4. Los registros de propiedad y sus funciones
5. Los seguros de responsabilidad civil en pequeños negocios o microempresas

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONCEPTOS BÁSICOS EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1. Introducción
2. El trabajo
3. La salud
4. Efectos en la productividad de las condiciones de trabajo y salud
5. La calidad

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. LAS TÉCNICAS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO

1. Cómo analizar las ofertas de trabajo
2. Cómo ofrecerse a una empresa
3. Cómo hacer una carta de presentación
4. El Curriculum Vitae
5. Las Pruebas Psicotécnicas
6. Dinámicas de grupo

## ¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

### Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

¡Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

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

 900 831 200

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

 [www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)

### 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