



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster en Protocolo, Comunicación y Publicidad + 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 Protocolo, Comunicación y Publicidad + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Protocolo, Comunicación y Publicidad 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 Institucionales con 5 Créditos Universitarios ECTS con 125 horas

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

A quién va dirigido

El Master en Protocolo, Comunicación y Publicidad está diseñado para profesionales de relaciones públicas, marketing y publicidad. Resulta ideal para aquellos que buscan profundizar en la gestión de eventos, dominar estrategias de comunicación y publicidad, y perfeccionar habilidades en protocolo y negociación. Este programa es esencial para directivos y gestores de medios que aspiran a liderar equipos y proyectos con excelencia.

Para qué te prepara

El Master en Protocolo, Comunicación y Publicidad te prepara para dominar las estrategias comunicativas e impulsar la imagen de cualquier entidad. Aprenderás a diseñar y gestionar campañas publicitarias, a relacionarte con instituciones, y a organizar eventos de marketing efectivos. Adquirirás habilidades en protocolo para garantizar el éxito en cualquier acto de comunicación y evento. Te convertirás en experto en planificación de medios, incluido el entorno digital, y sabrás evaluar el impacto de tus acciones. Además, desarrollarás competencias en técnicas de negociación y dinámicas de grupo para liderar equipos.

Salidas laborales

Graduados del Máster en Protocolo, Comunicación y Publicidad están preparados para brillar en puestos de director de comunicación, especialista en relaciones institucionales, organizador de eventos y responsable de protocolo. Aplican tácticas aprendidas para diseñar efectivos planes de medios y dominan la negociación y el trabajo en equipo, esenciales en la gestión de campañas publicitarias innovadoras y la planificación de eventos que marcan diferencia.

TEMARIO

PARTE 1. LA COMUNICACIÓN Y LA PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

1. Importancia de la Comunicación
2. Introducción al Marketing
3. Aspectos Fundamentales del Marketing
4. Comunicación Integral de Marketing (CIM)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

1. Introducción a la Publicidad
2. Aspectos importantes de la Comunicación en Publicidad
3. Las Técnicas de Comunicación en Aspectos Publicitarios
4. Publicidad en la Empresa
5. Agencias de Publicidad
6. Los Medios Publicitarios ATL (Above The Line)
7. Los consumidores y el mercado actual
8. Publicidad: Las estrategias generales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. FUNDAMENTOS DE LA CREATIVIDAD EN EL MERCADO PUBLICITARIO

1. Introducción a la Creatividad
2. El trabajo en el mundo creativo publicitario
3. El briefing creativo
4. Medio Digital, avances en creatividad
5. La técnica del copywriting
6. Distintas técnicas de Publicidad
7. El packaging
8. El portafolio creativo

PARTE 2. RELACIONES INSTITUCIONALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. 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 3. 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 4. 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 5. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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 7. PROTOCOLO EN LA ADMINISTRACIÓN LOCAL

1. Introducción a la Administración Local
2. Entidades de la Administración Local
3. Competencias y potestades en la Administración Local
4. Financiación de la Administración Local
5. Símbolos en la Administración Local y su protocolo de actuación
6. Protocolo y vida local

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APLICACIÓN DEL PROTOCOLO EN ACONTECIMIENTOS LOCALES COMUNES

1. Precedencias en la legislación estatal y autonómica
2. Hermanamiento entre ciudades
3. Condecoraciones de la Administración Local
4. Tomas de posesión de alcaldes
5. Inauguraciones y discursos
6. Visitas protocolarias
7. Fiestas locales

8. Celebración de bodas civiles

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CLASIFICACIÓN DE EVENTOS EMPRESARIALES

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

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. INVITACIONES, PRESIDENCIAS Y PRECEDENCIAS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 13. 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

PARTE 3. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN.

1. Imagen y de 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.
 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.

PARTE 4. PROTOCOLO EN EVENTOS DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 de actos deportivos.
 7. - Protocolo de atención.
 8. - Protocolo de seguridad.
3. Habilidades sociales y relaciones interpersonales.
 1. - Normas de comportamiento y educación social.
 2. - Relaciones personales y relaciones de grupo: similitudes y diferencias.
 3. - Psicología individual y social básica aplicada a actos sociales.
 4. - Liderazgo, empatía y asertividad.
4. La imagen personal.
 1. - Elección del vestuario.
 2. - Formas de saludar.
5. Formas protocolares de expresión oral:
 1. - Comunicación verbal.
 2. - El lenguaje corporal.
6. Formas protocolares de expresión escrita.
7. Atención a los medios de comunicación y prensa.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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.

PARTE 5. PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET

UNIDAD DIDÁCTICA 1. REGULACIÓN Y CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS EN PUBLICIDAD.

1. Normativa en materia de publicidad y derechos del consumidor.
2. Diferenciación de conceptos clave:
 1. - Publicidad ilícita.
 2. - Publicidad subliminal.
 3. - Publicidad engañosa y desleal.
3. Regulación publicitaria en Internet.
4. Códigos deontológicos en el sector.

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

1. Plan de medios:
 1. - Concepto.
 2. - Características y elementos de planificación.
2. Medios, formas y soportes de publicidad y comunicación:
 1. - Diferenciación de medios, soportes y formas publicitarias.
 2. - Publicidad convencional y no convencional.
 3. - Internet como medio publicitario y de relaciones con clientes.
3. Modelos de planes de medios:
 1. - Fuentes de información e investigación de medios de comunicación.
 2. - Características y diferencias.
 3. - Obtención del ranking de soportes: audiencia, costes, rentabilidad, afinidad, etc.
 4. - Cuadro de mando de una campaña publicitaria.
4. Criterios de elección de medios y soportes:
 1. - Según producto.
 2. - Según público objetivo: targets.
 3. - Evaluación de perfiles y clientes potenciales y objetivos del plan de medios.
 4. - Tarifas y otros criterios de elección del mix del plan de medios.
5. Formas específicas de publicidad en Internet:
 1. - Banners, Inserciones, Enlaces patrocinados, e-mails comerciales, contenidos a medida, entre otros.
 2. - Efectividad sobre otras formas y canales publicitarios tradicionales.

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

1. Calendario de inserciones publicitarias:
 1. - Representación gráfica del plan de medios.
2. Presupuesto del plan de medios:
 1. - Confección del presupuesto total y desglosado por períodos y por medios.
 2. - Recomendaciones para la compra de espacios en medios.
 3. - Optimización del plan de medios.
3. Ejecución del plan de medios.
 1. - Relaciones entre agencias y anunciantes.
 2. - Relaciones entre agencias y los medios.

4. Contratación de inserciones y desarrollo de campañas publicitarias.
 1. - El contrato de publicidad.
 2. - El contrato de difusión publicitaria.
 3. - El contrato de creación publicitaria.
 4. - El contrato de patrocinio.
 5. - La contratación «on line».
 6. - Facturación.
5. Cursaje de emisión:
 1. - Gestión eficiente del cursaje de emisión.
 2. - Elaboración de órdenes de cursaje.

PARTE 6. EVALUACIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MEDIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS AUDIENCIAS Y LA EVALUACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.

1. Conceptos clave para la medición de audiencia:
 1. - Audiencia.
 2. - Cobertura o alcance del plan de medios.
 3. - Inserciones o frecuencia de la comunicación.
2. Indicadores de medición de audiencias e impacto:
 1. - Coste Por Mil (CPM).
 2. - Cobertura neta.
 3. - Gross Rating Point.
 4. - Coste por Click (CPC).
3. Fuentes de medición de audiencias e impacto.
 1. - Encuesta General de Medios (EGM)
 2. - Sofres TNS (Taylor Nelson Sofres) Audiencia de medios
 3. - Infoadex
 4. - OJD (Oficina de Justificación de la Difusión para prensa escrita).
 5. - EGM (Estudio General de Medios de la Asociación para la investigación de medios de Comunicación).
 6. - Paneles de consumidores y detallistas de Nielsen
 7. - Estudios de perfiles de audiencias y coberturas de cada soporte.
 8. - Medición de la audiencia en Internet.
4. Calidad de la medición de audiencias e impacto del plan de comunicación.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTROL DE EMISIÓN DEL PLAN DE MEDIOS.

1. Técnicas y herramientas de control de emisión.
 1. - Simulación de procesos de control de emisión.
 2. - Técnicas de búsqueda «on line» y «off line».
2. Control de contenidos pagados y no pagados.
 1. - Diferencias y similitudes del proceso de control.
 2. - Control de plan de medios escritos.
 3. - Control del plan de medios en televisión y radio.
3. Seguimiento de noticias e informes de cobertura informativa:
 1. - El press clipping: estructura y composición.
 2. - Generación de informes y conclusiones a partir de la cobertura mediática.
4. Control del plan de medios en Internet.

PARTE 7. RECURSOS TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN, REUNIONES Y DINÁMICAS DE GRUPO.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS REUNIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIRECCIÓN DE REUNIONES, DESARROLLO Y CIERRE DE LA REUNIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE REUNIONES (I)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE REUNIONES (II)

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y TOMA DE DECISIONES

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA NEGOCIACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL GRUPO

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LAS RELACIONES GRUPALES

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA DINÁMICA DE GRUPOS

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN

¿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!

¡Encuéntranos 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

 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