



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Especialista en Marketing en el Fitness





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS EUROINNOVA

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

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

Más de

19

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
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

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**.

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

Este curso de Marketing en el Fitness le ofrece una formación especializada en la materia. El marketing, además de un método, es una actitud, una ventana abierta hacia el contexto y el mercado que permite desarrollar recursos y competencias específicos del sector del fitness para adquirir y mantener una ventaja competitiva duradera. La función del marketing en un club está influida por diferentes componentes como la cultura corporativa, las interpretaciones asociadas al marketing, la especificidad de este sector profesional, los problemas operativos que se desean solucionar... Este curso de Marketing en el Fitness ofrece a los directores de los clubes y centros deportivos un arma suplementaria que permite afrontar la competencia directa e indirecta.

Objetivos

- Gestionar la comunicación para aumentar la propia presencia en los medios de comunicación, dar a conocer el club, crear una buena imagen y promover los servicios propuestos.
- Captar nuevos clientes.
- Desarrollar nuevos servicios.
- Fidelizar a sus clientes.
- Analizar el mercado y la competencia para definir una estrategia coherente con sus recursos y capacidades.
- Mejorar la satisfacción y la calidad de los servicios existentes.
- Encontrar patrocinadores comerciales.

A quién va dirigido

Este curso de Marketing en el Fitness está dirigido a profesionales, estudiantes del sector y/o cualquier persona interesada en la materia.

Para qué te prepara

Este curso de Marketing en el Fitness le prepara para conocer todas las herramientas, junto con una metodología paso a paso, para gestionar tanto la dimensión del marketing estratégico como la del operativo.

Salidas laborales

Marketing / Deportes / Comunicación

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS

1. Evolución de las concepciones del marketing en el fitness
 1. - Orientación hacia la oferta
 2. - Orientación hacia la comunicación
 3. - Orientación hacia el mercado
 4. - Orientación hacia el marketing relacional
 5. - El marketing no es homogéneo
2. La situación del marketing en los clubes de fitness
3. El enfoque de marketing y sus beneficios para los clubes
4. Orientación y organización de este libro

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EVOLUCIÓN DEL MERCADO DEL FITNESS & WELLNESS

1. Análisis de la práctica deportiva en Europa
 1. - Estudio de los hábitos deportivos en Europa y España
 2. - Evolución de los hábitos deportivos de los españoles
2. Perfil del practicante de fitness español
 1. - La motivación para pertenecer a un club de fitness
 2. - El reto fundamental para el éxito: evitar el abandono en los clubes de fitness
 3. - La demanda ausente
3. Las cifras globales del mercado del fitness
4. La evolución del mercado del fitness en España
5. Los datos del mercado del fitness en España
6. Diagnóstico del mercado del fitness en España
7. Perspectivas para el mercado español

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DE LA CLIENTELA DE LOS CLUBES DE FITNESS

1. El proceso de decisión del consumidor
 1. - Las características personales del consumidor
 2. - Los factores socioculturales
2. La influencia de los factores ambientales
3. El proceso de decisión del consumidor
4. La dinámica del comportamiento de compra
5. Entender la oferta de servicios de fitness

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DEL MARKETING.

1. El método y los instrumentos del diagnóstico estratégico
 1. - Análisis del mercado y del contexto
 2. - Análisis de los recursos y de las competencias
 3. - Análisis de la competencia
2. Las decisiones estratégicas
 1. - Elección de los segmentos

2. - Ventajas competitivas a desarrollar en función de los segmentos elegidos
3. Estrategia global elegida
 1. - Diferenciación a través de la naturaleza de la oferta
 2. - Táctica competitiva adoptada
4. Posicionamiento deseado

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA OFERTA DEL SERVICIO

1. Estructurar la oferta actual
2. Diagnosticar la calidad percibida de sus ofertas actuales
3. Aumentar la calidad percibida de la oferta actual del club
 1. - Principios del desarrollo de la calidad percibida
 2. - Solucionar las deficiencias de la prestación del servicio
 3. - Transformar las reclamaciones en un servicio de calidad
4. Diseñar una oferta innovadora
 1. - Analizar los proyectos de innovación en la oferta
 2. - Operaciones integradas en el desarrollo de una nueva oferta
5. Gestionar el diseño interno del club

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA CALIDAD EN LA GESTIÓN DEL PERSONAL

1. Organizar y dinamizar al equipo
2. ¿Qué significa dirigir un equipo?
 1. - Hacer compartir un proyecto
 2. - Fijar objetivos
 3. - Delegar
 4. - Decidir
 5. - Controlar y evaluar desde una perspectiva formativa
 6. - Informar y comunicar
 7. - Gestionar el cambio
 8. - Comprender por qué cambiar y organizarse para cambiar
 9. - Facilitar el cambio
3. Dirigir con calidad un equipo humano
 1. - El objetivo de la calidad
 2. - La carta de calidad
 3. - Utilizar el método de resolución de problemas
 4. - Algunas herramientas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LOS PRECIOS

1. El entorno y la competencia
 1. - La situación competitiva
 2. - El precio de la competencia+
 3. - La guerra de precios
2. Los consumidores
 1. - El precio de referencia
 2. - La sensibilidad al precio
 3. - La elasticidad de la demanda en relación con el precio
 4. - Las relaciones entre calidad-precio y valor percibido

5. - El precio psicológico óptimo
3. El control de los precios por el club
 1. - Las exigencias del coste
 2. - Los factores relativos a la estrategia de la entidad
4. Conclusión: un planteamiento sintético para la elaboración del precio
 1. - Síntesis de la información esencial acerca del propio club
 2. - La política de precio de la competencia
 3. - Los consumidores
 4. - La fijación del precio

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN Y DE LA FUERZA DE VENTAS

1. Gestionar el proceso de venta en relación con el proceso de compra de los clientes actuales y potenciales
 1. - La venta es una comunicación persuasiva
 2. - Para ser persuasivo, las comunicaciones deben coordinarse con el proceso de decisión del cliente
 3. - Contactar con su interlocutor para determinar su estrategia
 4. - Pasar de un enfoque funcional a un enfoque por procesos
 5. - La decisión del cliente y el proceso comercial
2. Dirigir, organizar y gestionar la acción comercial
 1. - Dirigir la fuerza de ventas de un club de fitness
 2. - Organizar la fuerza de ventas de un club
 3. - Organizar el trabajo en los diferentes sectores
3. Gestionar la fuerza de ventas
 1. - Motivar a la fuerza de ventas
 2. - Elegir un sistema de remuneración
 3. - Controlar y evaluar la fuerza de ventas
 4. - Desarrollar un sistema de información

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

1. La comunicación integrada de marketing
2. El proceso de las comunicaciones persuasivas
3. Las decisiones básicas en su estrategia de comunicación
 1. - Objetivos de la comunicación
 2. - Estrategias de "empujar" o de "tirar"
 3. - La calidad de la relación con el público objetivo
 4. - Orden de sucesión de los objetivos (secuenciación de los objetivos)
4. Las herramientas operativas de la estrategia de comunicación
 1. - Características de las técnicas de comunicación
 2. - Elaborar y planificar su mix de comunicación
 3. - Evaluar el impacto de su estrategia de comunicación
5. En busca de la eficacia comunicativa

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONCLUSIÓN

1. La satisfacción de las expectativas de los clientes es una condición necesaria pero no suficiente para su fidelización

2. Los principios de la gestión de la calidad
3. Invertir en los elementos que aumentan el valor percibido por el cliente

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

¿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

 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