



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Maestría Internacional en Psicología y Técnicas de Venta



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Maestría Internacional en Psicología y Técnicas de Venta

**DURACIÓN:**

600 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.495 \$

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CENTRO DE FORMACIÓN:**

Educa Business School



Titulación

Titulación de Maestría Internacional en Psicología y Técnicas de Venta con 600 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



Objetivos

- Conocer las herramientas necesarias para realizar una venta de forma satisfactoria. - Fomentar las características del buen vendedor. - Estudiar la psicología del consumidor y la del propio vendedor. - Desarrollar (o afianzar) ciertos conocimientos relacionados con ventas y mercado. - Mejorar el servicio y atención al cliente. - Conocer cómo mejorar nuestro punto de venta. - Desarrollar numerosas habilidades sociales que nos acerquen al cliente. - Conocer cómo actuar como buenos vendedores en la venta, su desarrollo y la postventa.

A quién va dirigido

El Técnico Profesional en Psicología y Técnicas de Venta está dirigida a profesionales relacionados con la comercialización. Empresarios, economistas, dependientes, comerciantes,... a todo tipo de vendedores de cualquier ámbito. Consumidores que muestren su especial interés en conocer cómo pueden influir en sus decisiones para la realización de una compra. A cualquier persona que quiera iniciar su propio negocio de forma autónoma. En general, a cualquier persona interesada en formarse en éste ámbito.

Para qué te prepara

El Técnico Profesional en Psicología y Técnicas de Venta le prepara para conocer las funciones del mercado, así como sus tipos y fases. Además se analizará tanto la psicología desde el punto de vista del consumidor como del vendedor, se comprobará en qué consiste el servicio o la atención al cliente y cómo podemos influir (como vendedores) en su decisión de compra. También tendremos un acercamiento a cómo debemos tener nuestro punto de venta en cuanto a decoración, organización,... para así ser un servicio más atrayente al consumidor. No olvidaremos tratar las habilidades sociales que debemos poseer y potenciar para lograr nuestros objetivos comerciales tanto en el desarrollo de la venta, en la negociación y en la postventa.

Salidas Laborales

Comercial, Atención al Público, Proveedores, Dependientes, Personal del Departamento de Comunicación, Relaciones Públicas, Personal del departamento de Marketing.

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



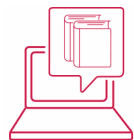
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. PSICOLOGÍA Y TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

1. Concepto de mercado
2. Definiciones y conceptos relacionados
3. División del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASES DEL MERCADO

1. Ciclo de vida del producto
2. El precio del producto
3. Ley de oferta y demanda
4. El precio y la elasticidad de la demanda
5. Comercialización y mercado
6. La marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS

1. Estudios de mercado
2. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
3. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
4. Segmentación de los mercados
5. Tipos de mercado
6. Posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CONSUMIDOR

1. El consumidor y sus necesidades
2. La psicología; mercado
3. La psicología; consumidor

- 4.Necesidades
- 5.Motivaciones
- 6.Tipos de consumidores
- 7.Análisis del comportamiento del consumidor
- 8.Factores de influencia en la conducta del consumidor
- 9.Modelos del comportamiento del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

- 1.Servicio al cliente
- 2.Asistencia al cliente
- 3.Información y formación del cliente
- 4.Satisfacción del cliente
- 5.Formas de hacer el seguimiento
- 6.Derechos del cliente-consumidor
- 7.Tratamiento de reclamaciones
- 8.Tratamiento de dudas y objeciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROCESO DE COMPRA

- 1.Proceso de decisión del comprador
- 2.Roles en el proceso de compra
- 3.Complejidad en el proceso de compra
- 4.Tipos de compra
- 5.VARIABLES que influyen en el proceso de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PUNTO DE VENTA

- 1.Merchandising
- 2.Condiciones ambientales
- 3.Captación de clientes
- 4.Diseño interior
- 5.Situación de las secciones
- 6.Zonas y puntos de venta fríos y calientes
- 7.Animación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. VENTAS

- 1.Introducción
- 2.Teoría de las ventas
- 3.Tipos de ventas
- 4.Técnicas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA

- 1.El vendedor
- 2.Tipos de vendedores
- 3.Características del buen vendedor
- 4.Cómo tener éxito en las ventas

- 5.Actividades del vendedor
- 6.Nociones de psicología aplicada a la venta
- 7.Consejos prácticos para mejorar la comunicación
- 8.Actitud y comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MOTIVACIONES PROFESIONALES

- 1.La motivación
- 2.Técnicas de motivación
- 3.Satisfacción en el trabajo
- 4.Remuneración comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 1.Proceso de comunicación
- 2.Elementos de la comunicación comercial
- 3.Estructura del mensaje
- 4.Fuentes de información
- 5.Estrategias para mejorar la comunicación
- 6.Comunicación dentro de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 12. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL

- 1.¿Qué son las habilidades sociales?
- 2.Escucha activa
- 3.Lenguaje corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 13. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO. TÉCNICAS DE LA PERSONALIDAD

- 1.Inteligencias múltiples
- 2.Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoestima
- 3.Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorrespeto
- 4.Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertividad

UNIDAD DIDÁCTICA 14. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA

- 1.Introducción
- 2.Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional
- 3.El lenguaje emocional
- 4.Habilidades de la Inteligencia Emocional
- 5.Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral
- 6.Establecer objetivos adecuados
- 7.Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA VENTA Y SU DESARROLLO. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CLIENTE

- 1.Metodología que debe seguir el vendedor
- 2.Ejemplo de una preparación en la información e investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 16. LA VENTA Y SU DESARROLLO. EL CONTACTO

1. Presentación
2. Cómo captar la atención
3. Argumentación
4. Contra objeciones
5. Demostración
6. Negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 17. LA NEGOCIACIÓN

1. Concepto de negociación
2. Bases fundamentales de los procesos de negociación
3. Tipos de negociadores
4. Las conductas de los buenos negociadores
5. Fases de la negociación
6. Estrategias de negociación
7. Tácticas de negociación
8. Cuestiones prácticas de negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 18. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA

1. Estrategias para cerrar la venta
2. Tipos de clientes; cómo tratarlos
3. Técnicas y tipos de cierre
4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

PARTE 2. DIRECCIÓN Y ESTRATEGIAS DE LA ACTIVIDAD E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO DEL COMERCIO Y LA INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

1. El sector del comercio y la intermediación comercial
2. El sistema de distribución comercial en la economía
3. Fuentes de información comercial
4. El comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPORTUNIDADES Y PUESTA EN MARCHA DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN

1. El entorno de la actividad
2. Análisis de mercado
3. Oportunidades de negocio
4. Formulación del plan de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO JURÍDICO Y CONTRATACIÓN EN EL COMERCIO E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

1. Concepto y normas que rigen el comercio en el contexto jurídico
2. Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia

- 3.El contrato de agencia comercial
- 4.El código deontológico del agente comercial
- 5.Otros contratos de intermediación
- 6.Trámites administrativos previos para ejercer la actividad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA COMERCIAL

- 1.Planificación y estrategias comerciales
- 2.Promoción de ventas
- 3.La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios
- 4.Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales
- 5.Redes al servicio de la actividad comercial

PARTE 3. PROMOCIONES COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

- 1.Comunicación comercial:
- 2.Planificación de actividades promocionales según el público objetivo
- 3.La promoción del fabricante y del establecimiento
- 4.Formas de promoción dirigidas al consumidor:
- 5.Selección de acciones:
- 6.Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial:
- 7.Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

- 1.Definición y alcance del merchandising
- 2.Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta:
- 3.Técnicas de rotulación y serigrafía:
- 4.Mensajes promocionales:
- 5.Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES

- 1.Criterios de control de las acciones promocionales
- 2.Cálculo de índices y ratios económico-financieros
- 3.Análisis de resultados
- 4.Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta
- 5.Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE

- 1.Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento
- 2.Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales
- 3.Páginas web comerciales e informativas
- 4.Elementos de la tienda y/o espacio virtual
- 5.Elementos de la promoción on line

PARTE 4. ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1. Estructura del entorno comercial
2. Fórmulas y formatos comerciales
3. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial
4. Estructura y proceso comercial en la empresa
5. Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales
6. Normativa general sobre comercio
7. Derechos del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1. El vendedor profesional
2. Organización del trabajo del vendedor profesional
3. Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

1. Documentos comerciales
2. Documentos propios de la compraventa
3. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial
4. Elaboración de la documentación
5. Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA

1. Operativa básica de cálculo aplicado a la venta
2. Cálculo de PVP (Precio de venta al público)
3. Estimación de costes de la actividad comercial
4. Fiscalidad
5. Cálculo de descuentos y recargos comerciales
6. Cálculo de rentabilidad y margen comercial
7. Cálculo de comisiones comerciales
8. Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses
9. Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes

PARTE 5. GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DETERMINACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

1. Definición y conceptos clave
2. Establecimiento de los objetivos de venta
3. Predicción de los objetivos ventas

- 4.El sistema de dirección por objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECLUTAMIENTO Y RETRIBUCIÓN DE VENDEDORES

- 1.El reclutamiento del vendedor
- 2.El proceso de selección de vendedores
- 3.Sistemas de retribución de vendedores
- 4.La acogida del vendedor en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS

- 1.Dinamización y dirección de equipos comerciales
- 2.Estilos de mando y liderazgo
- 3.Las funciones de un líder
- 4.La Motivación y reanimación del equipo comercial
- 5.El líder como mentor

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL EQUIPO COMERCIAL

- 1.Evaluación del desempeño comercial
- 2.Las variables de control
- 3.Los parámetros de control
- 4.Los instrumentos de control
- 5.Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial
- 6.Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMACIÓN Y HABILIDADES DEL EQUIPO DE VENTAS

- 1.Necesidad de la formación del equipo
- 2.Modalidades de la formación
- 3.La formación inicial del vendedor
- 4.La formación permanente del equipo de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL EQUIPO COMERCIAL

- 1.Teoría del conflicto en entornos de trabajo
- 2.Identificación del conflicto
- 3.La resolución del conflicto