



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías + 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**.

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

Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías + Titulación Universitaria

**DURACIÓN**

500 horas

**MODALIDAD**

ONLINE

**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO****CREDITOS**

8 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías con 300 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 - Titulación Universitaria en Marketing y Ventas con 200 horas y 8 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.

Descripción

Este Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías le ofrece una formación especializada en la materia. A la hora de tratar con clientes la relación entre el vendedor y el cliente resulta trascendental, de una buena relación y del entendimiento entre ambos se puede llegar a una situación óptima, es decir, al cumplimiento de los objetivos de ambas partes, debido la importancia dentro de este Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías. Por otro lado, vivimos en una sociedad de consumo en la que se valoran cada uno de los valores añadidos que nos ofrecen tras un proceso de compra. Así, resulta imprescindible el conocimiento y la utilización de las técnicas de venta a la hora de presentar a los clientes los bienes y servicios que ofertamos.

[Ver en la web](#)**EUROINNOVA**
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Objetivos

Realiza este Curso en Dependienta en Perfumería en la que tiene los siguientes objetivos; conocer las funciones del dependiente de perfumería. - Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización. - Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos. - Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

A quién va dirigido

Este curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías está dirigido a todos aquellos profesionales del sector de la planificación comercial, campañas de ventas o marketing promocional, concesionarios, etc., estudiantes y/o cualquier persona interesada en formarse en dicha materia.

Para qué te prepara

Este curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías le prepara para aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización, aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos, y aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

Salidas laborales

Comercio y Marketing / Perfumerías

TEMARIO

PARTE 1. DEPENDIENTE DE PERFUMERÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

1. El proceso de comunicación.
2. Elementos de la comunicación.
3. Dificultades de la comunicación.
4. Estructura del mensaje.
5. Niveles de comunicación comercial.
6. Estrategias para mejorar la comunicación.
7. La comunicación comercial y publicitaria.
 1. - La función de la comunicación en el marketing.
 2. - Objetivos de la comunicación comercial.
 3. - Instrumentos de la comunicación comercial.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES SOCIALES Y COMUNICACIÓN NO VERBAL

1. ¿Qué son las habilidades sociales?
 1. - Cómo se desarrollan las habilidades sociales.
 2. - La empatía.
 3. - La asertividad.
 4. - La autoestima.
2. Escucha activa.
3. ¿Qué es la comunicación no verbal?
4. Componentes de la comunicación no verbal.
 1. - Expresiones faciales.
 2. - Postura corporal.
 3. - La proxémica.
 4. - La kinesia.
 5. - El paralenguaje.
 6. - La imagen.
 7. - Bloqueos y barreras corporales.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPORTAMIENTO DE VENTA

1. El vendedor.
2. Tipos de vendedores.
3. Características del buen vendedor.
 1. - Los conocimientos del vendedor.
 2. - Cualidades fundamentales del vendedor.
 3. - La capacidad de persuasión.
 4. - Ocho mandamientos del vendedor.
4. Cómo tener éxito en las ventas.
5. Actividades del vendedor.
 1. - Las funciones del vendedor.

6. Nociones de psicología aplicada a la venta.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPORTAMIENTO DE COMPRA

1. Consumidor.
2. Comportamiento del consumidor.
3. Necesidades del consumidor.
 1. - Clasificación de las necesidades (Maslow).
 2. - Los deseos.
4. Tipos de consumidores.
5. Análisis del comportamiento del consumidor.
6. Factores de influencia en la conducta del consumidor.
7. Modelos del comportamiento del consumidor.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE STOCKS

1. Los inventarios.
 1. - Principios de los inventarios.
 2. - Clasificación de los inventarios.
 3. - Elementos básicos de los sistemas de inventarios.
2. Métodos de gestión de los inventarios.
 1. - Análisis ABC.
 2. - Exactitud de los registros.
 3. - Conteo cíclico.
3. Elaboración de un inventario.
 1. - El inventario físico y el inventario contable.
4. Método de gestión de stocks.
 1. - Concepto de equilibrio de costes.
 2. - Principio de los métodos a punto de pedido.
5. Stock de seguridad.
 1. - Cálculo.
 2. - Tasa de servicio.
6. Modelos de gestión de stock.
 1. - Modelo de cantidad fija de pedido.
 2. - Modelo de cantidad de pedido de producción.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ORGANIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1. Merchandising.
 1. - Merchandising exterior.
2. Condiciones ambientales.
 1. - La música.
 2. - El olor.
 3. - El color.
 4. - El ambiente.
3. Captación de clientes.
4. Diseño interior.
5. Situación de las secciones.
6. Zonas y puntos de venta fríos y calientes.

7. Animación.
8. Fachadas, escaparates y entradas.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL COMERCIO DE PERFUMERÍA

1. Introducción a las perfumerías.
 1. - Historia de los perfumes.
2. Artículos y productos de venta en perfumerías.
 1. - Higiene corporal.
 2. - Perfumes y colonias.
 3. - Cuidado del cabello.
 4. - Cosmética y belleza facial.
 5. - Productos específicamente masculinos.
3. Generalidades de los productos de perfumería.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PERFUMERÍA: CRITERIOS PARA LA ELECCIÓN DE PERFUMES

1. El perfume: concepto y clasificación.
2. Familias de perfumes.
3. Métodos de extracción del perfume.
4. Factores que influyen en la elección y respuesta de un perfume.
5. Técnicas de entrenamiento en la selección de perfumes y cosméticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CALIDAD DEL PROCESO DE ASESORAMIENTO EN PERFUMERÍA

1. Métodos para valorar la calidad del proceso de asesoramiento.
 1. - Detectar el grado de satisfacción del cliente.
 2. - Comprobar la calidad.
2. Métodos para el control de calidad en la atención al cliente.
3. Medidas de corrección de desviaciones en los resultados obtenidos.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEGURIDAD E HIGIENE

1. Seguridad: los riesgos.
 1. - Factores de riesgo.
 2. - Medidas de prevención y protección.
 3. - La señalización aplicada al dependiente de comercio.
 4. - Sistemas de detección y alarma.
 5. - Evacuaciones.
 6. - Sistemas de extinción de incendios.
2. Higiene y calidad del ambiente.
 1. - Objetivos de higiene y calidad del ambiente.
 2. - Parámetros de influencia en las condiciones higiénico-sanitarias.
 3. - Higiene personal.
3. Confort y condiciones ambientales de trabajo.
 1. - Ventilación de los locales.
 2. - Climatización de los locales.
 3. - Iluminación de los locales.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. RIESGOS ESPECÍFICOS EN PERFUMERÍA Y COSMÉTICA

1. Introducción al comercio.
 1. - Sector comercial perfumería y cosmética.
 2. - Riesgos profesionales más comunes en perfumería y cosmética.
2. Normativa aplicable a empresas de perfumería y cosmética en materia de prevención de riesgos laborales.
 1. - Riesgos generales en las empresas de perfumería y cosmética.
3. Riesgos profesionales en el proceso de fabricación de perfumes y cosméticos.
4. Riesgos profesionales en el proceso de venta de perfumes y cosméticos.

PARTE 2. MARKETING Y VENTAS

MÓDULO 1. MARCO ESTRATÉGICO COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INDICADORES MICROECONÓMICOS Y MACROECONÓMICOS PARA LA VENTA

1. Ley de la oferta y demanda
2. El precio y la elasticidad de la demanda
3. Indicadores económicos
4. Economía monetaria: Dinero e inflación
5. Crecimiento económico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general (PEST/EL)
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Amenaza de entrada de nuevos competidores
6. Amenaza de productos sustitutivos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
5. Matriz General-Electric McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE VENTAS

1. Los distintos enfoques de ventas
2. Venta tradicional
3. Venta consultora
4. Venta estratégica
5. Venta asociativa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las organizaciones
2. El mercado: concepto y delimitación
3. El mercado de bienes de consumo
4. El mercado industrial
5. El mercado de servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Importancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

MÓDULO 2. ESTRATEGIA Y PLAN DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOLOGÍAS DE VENTAS

1. Venta directa
2. Venta a distancia
3. Venta multinivel
4. Venta personal
5. Otros tipos de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PLATAFORMA COMERCIAL. RELACIONES PROVEEDORES-CLIENTES

1. Contextualización de las relaciones fabricantes-distribuidores
2. Técnicas de negociación con proveedores
3. Red de proveedores y clientes

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE VENTAS. PREVISIÓN DE CUOTAS Y VENTAS

1. Métodos de previsión y utilidad
2. Análisis geográfico de las zonas de ventas
3. Fijación de objetivos
4. Diferencias entre objetivos y previsiones
5. Cuotas de actividad
6. Cuotas de participación
7. Cuotas económicas y financieras
8. Estacionalidad
9. El plan de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

1. Análisis de la sensibilidad del precio
2. Discriminación de precios
3. Estrategias de precio
4. Políticas de descuento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. Objetivos y factores de los programas de fidelización
2. Conceptos de fidelización
3. Programas multisectoriales
4. Captación y fidelización de clienteS
5. Estructura de un plan de fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EXPERIENCE CUSTOMER

1. Cómo monitorizar la experiencia del cliente
2. Métricas de satisfacción y experiencia del cliente
3. Generando valor añadido a cada cliente
4. Neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 7. KEY ACCOUNT MANAGER

1. El rol del KAM
2. Tipos de estrategias segmentadas por cliente
3. Creación de relaciones duraderas (fidelización)
4. Negoción de grandes cuentas y clientes potenciales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 9. PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA

1. Proceso de planificación de la empresa
2. Estructura del control
3. Organización del proceso presupuestario
4. Ejercicio resuelto. Dossier de seguimiento presupuestario

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONTROL PRESUPUESTARIO

1. El control presupuestario: introducción
2. Seguimiento y control del presupuesto de explotación
3. Seguimiento y control de las inversiones y las fuentes de financiación
4. Seguimiento y control del presupuesto de tesorería
5. Ejercicio resuelto. Desviaciones en ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CREACIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES COMPETITIVOS

1. Técnicas básicas de selección de personal
2. La heterogeneidad del grupo
3. Diferentes tipos de equipo

4. Estrategias de cohesión y comunicación en el equipo
5. Determinación de roles dentro del equipo de ventas

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

Teléfonos de contacto

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

 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