



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



INEAF
BUSINESS SCHOOL

Curso Experto en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos INEAF

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por
las que
elegir Ineaf

7 | Financiación
y Becas

8 | Métodos de
pago

9 | Programa
Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS INEAF

INEAF es una institución especializada en **formación online fiscal y jurídica**. El primer nivel de nuestro claustro y un catálogo formativo en constante actualización nos hacen convertirnos en una de las principales instituciones online del sector.

Los profesionales en activo y recién graduados reciben de INEAF una alta cualificación que se dirige a la formación de especialistas que se integren en el mercado laboral o mejoren su posición en este. Para ello, empleamos **programas formativos prácticos y flexibles con los que los estudiantes podrán compaginar el estudio con su vida personal y profesional**. Un modelo de formación que otorga todo el protagonismo al estudiante.

Más de

18

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](#)



INEAF
BUSINESS SCHOOL



Fórmate, crece, desafía lo convencional,
Elige INEAF



QS, sello de excelencia académica

INEAF: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE INEAF

La empresa **INEAF** ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias a sus programas formativos y flexibles, así como un modelo de formación en el que el alumno es el protagonista.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean indicadores como la reputación online y offline, la calidad de la institución, el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



INEAF
BUSINESS SCHOOL

BY EDUCA EDTECH

INEAF 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 INEAF

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 INEAF.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, INEAF cuenta con un equipo humano formado por más de **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

INEAF 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



INEAF
BUSINESS SCHOOL

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 intereses de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



INEAF
BUSINESS SCHOOL

Curso Experto en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales



DURACIÓN
250 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación expedida por el Instituto Europeo de Asesoría Fiscal (INEAF), avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM) "Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad."

Descripción

El Curso en Gestión de ventas y Espacios Comerciales está orientado a aportar al alumno conocimientos sobre el mundo empresarial para que adquiera una visión global de la gestión del departamento comercial y de ventas. Quedarás perfectamente capacitado para dirigir y gestionar departamentos comerciales, aprendiendo a organizar tanto a equipos comerciales como adecuar los espacios de venta explotando todo su potencial. Controlar y organizar equipos comerciales te abrirá las puertas para desarrollar políticas de venta que podrás aplicar en las relaciones internas y externas de la empresa. Estudiarás como modernizar y readaptar las empresas a las nuevas tecnologías sacando el máximo partido a los espacios dedicados a la venta y a la exposición de productos.

Objetivos

- Definir estrategias y actuaciones.
- Aprender a gestionar la fuerza de ventas.
- Supervisar los medios técnicos y humanos que intervienen en la actividad comercial.
- Organizar y supervisar el montaje de espacios comerciales y escaparates

[Ver en la web](#)



INEAF
BUSINESS SCHOOL

- Definir las especificaciones de diseño y materiales

A quién va dirigido

El Curso en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales está dirigido a cualquier persona interesada en formar parte del mundo de la gestión empresarial que quiera especializarse en la dirección de equipos comerciales y en el diseño y explotación de espacios que potencien el incremento de las ventas.

Para qué te prepara

Este Curso en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales te prepara para desenvolverte de manera profesional en el mundo de la gestión comercial. Conocerás las técnicas para liderar equipos comerciales y para implantar y montar espacios comerciales y escaparates, definiendo las especificaciones de diseño y materiales, para conseguir transmitir la imagen de espacio comercial definida que atraiga a los clientes potenciales y conseguir los objetivos comerciales definidos.

Salidas laborales

Desarrolla tu carrera profesional en el ámbito tanto de la Dirección y Gestión Comercial como en el ámbito de diseño y aprovechamiento de espacios comerciales. Podrás optar a puestos de cualquier sector productivo, principalmente del sector del comercio y marketing donde podrás realizar funciones de planificación, organización y gestión de actividades de compraventa de productos o servicios y de diseño y gestión de espacios comerciales.

[Ver en la web](#)



INEAF
BUSINESS SCHOOL

TEMARIO

MÓDULO 1. TÉCNICO EN MARKETING Y JEFE DE VENTAS UNIDAD FORMATIVA 1. TÉCNICAS 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. 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. PROCESOS DE VENTA

1. Tipos de venta
2. Fases del proceso de venta
3. Preparación de la venta
4. Aproximación al cliente
5. Análisis del producto/servicio
6. El argumentario de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1. Presentación y demostración del producto/servicio
2. Demostraciones ante un gran número de clientes
3. Argumentación comercial
4. Técnicas para la refutación de objeciones
5. Técnicas de persuasión a la compra
6. Ventas cruzadas
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta

8. Técnicas de comunicación no presenciales

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La confianza y las relaciones comerciales
2. Estrategias de fidelización
3. Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing
4. Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM)

UNIDAD DIDÁCTICA 7. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE VENTA

1. Conflictos y reclamaciones en la venta
2. Gestión de quejas y reclamaciones
3. Resolución de reclamaciones
4. Respuestas y usos habituales en el sector comercial
5. Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento
6. Juntas arbitrales de consumo.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1. Las relaciones comerciales a través de Internet
2. Utilidades de los sistemas «on line»
3. Modelos de comercio a través de Internet
4. Servidores «on line»

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

1. El internauta como cliente potencial y real
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web
3. Tiendas virtuales
4. Medios de pago en Internet
5. Conflictos y reclamaciones de clientes
6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos

UNIDAD FORMATIVA 2. MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EJECUCIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. Fases del plan de marketing:
2. Negociación del plan de marketing en la empresa
3. Recursos económicos para el plan de marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Técnicas de seguimiento y control de las políticas de marketing
2. Ratios de control del plan de marketing
3. Análisis de retorno del plan de marketing
4. Elaboración de informes de seguimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 12. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

[Ver en la web](#)



INEAF
BUSINESS SCHOOL

1. Concepto de marketing en el punto de venta:
2. Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta:
3. Análisis del punto de venta:
4. Gestión del surtido:
5. Animación del punto de venta:

UNIDAD DIDÁCTICA 13. MARKETING PROMOCIONAL

1. Concepto y fines de la promoción:
2. Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2x1, 3x2, otras
3. Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimiento:
4. Promociones especiales
5. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta
6. Acciones de marketing directo:
7. Acciones de promoción «on line»:

UNIDAD DIDÁCTICA 14. CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES

1. Eficacia y eficiencia de la acción promocional:
2. Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones:
3. Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales
4. Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo
5. Informes de seguimiento de promociones comerciales:

MÓDULO 2. INSTRUMENTOS Y PLANES DE ACCIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ESTRATEGIAS Y MODELOS EN LAS DECISIONES SOBRE PRODUCTOS

1. El concepto de producto: atributos, tipos y dimensiones
2. Estrategias de diferenciación y de posicionamiento del producto
3. Diseño y desarrollo de nuevos productos
4. Ciclo del vida del producto: evolución e involución en el mercado
5. Análisis de la cartera de productos: dimensiones y modelos
6. Estrategias de crecimiento que pueden seguir las empresas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS DECISIONES SOBRE DISTRIBUCIÓN

1. El canal de distribución: concepto, utilidades e importancia
2. Puesta a disposición del producto: canal de distribución
3. El diseño del canal de distribución: Factores condicionantes, longitud, intensidad y estrategias
4. Una clasificación de las formas comerciales
5. El merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LAS DECISIONES SOBRE PRECIOS, TARIFAS E INTERESES

1. Introducción a las decisiones sobre precios
2. El precio como variable y como instrumento de las decisiones comerciales
3. Factores y condicionantes en la fijación de precios
4. Procedimiento de fijación de precios: métodos basados en los costes, en la competencia y en la demanda

5. Las estrategias de fijación de precios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DECISIONES SOBRE COMUNICACIÓN

1. La comunicación comercial
2. El mix de la comunicación comercial: Venta personal, publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas
3. La comunicación global de la empresa: identidad e imagen

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PUBLICIDAD

1. La Publicidad
2. Procesos de Comunicación Publicitaria
3. Técnicas de Comunicación Publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL EMISOR O EMPRESA ANUNCIANTE

1. El Departamento de Publicidad en la empresa
2. Funciones del Departamento de Publicidad
3. El presupuesto publicitario: planificación y control
4. La selección de la empresa de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

1. Concepto , tipos y clasificación
2. Medios Publicitarios: prensa escrita, radio, medios audiovisuales y publicidad exterior
3. El medio online y la publicidad
4. Animación y Marketing
5. Marketing telefónico
6. Estrategias Publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1. Introducción: captación de clientes
2. El Cliente actual
3. El Cliente Potencial
4. Plataforma Comercial de Mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 10. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Plan de marketing: concepto, utilidad y horizonte temporal

2. Etapas en el diseño del plan de marketing
3. La ejecución y control del plan de marketing. Tipos de control
4. Desarrollo del plan de marketing

MÓDULO 3. IMPLANTACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA ORIENTADO AL CLIENTE

1. El punto de venta y la superficie comercial:
2. Marketing en el punto de venta: el merchandising
3. Relaciones entre fabricante y superficies comerciales
4. Normativa aplicable a las superficies comerciales

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS BÁSICO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL PUNTO DE VENTA

1. El comportamiento del consumidor ¿Qué, quién, porque, cómo, cuándo, dónde, cuánto, cómo se utiliza la compra?
2. Diferencias entre el comprador y el consumidor
3. Tipos de clientes y unidades de consumo:
4. Determinantes internos del comportamiento del consumidor:
5. Determinantes externos del comportamiento del consumidor:
6. La segmentación de mercados y los puntos de venta. Especialización de los establecimientos comerciales
7. Impacto del merchandising en el proceso de decisión de compra y el comportamiento del consumidor
8. Aplicación de la teoría del comportamiento del consumidor a la implantación de espacios comerciales. Puntos calientes y fríos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO INTERIOR DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

1. Distribución del espacio interior
2. Dimensión del espacio comercial interior
3. Elementos interiores del establecimiento comercial
4. Ambiente del establecimiento
5. Distribución de pasillos. Situación
6. Implantación de las secciones
7. Disposición del mobiliario:
8. Utilización de aplicaciones informáticas de diseño interior del espacio comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DISEÑO EXTERIOR DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

1. Promoción visual del establecimiento
2. Tratamiento promocional del espacio exterior al establecimiento
3. Elementos externos del establecimiento comercial
4. Tipos de rótulos exteriores
5. Iluminación exterior
6. El toldo y su colocación
7. El escaparate

8. El hall del establecimiento
9. Normativa y trámites administrativos en la implantación externa de espacios comerciales abiertos. Normativa municipal

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE IMPLANTACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1. Recursos humanos y materiales en la organización del punto de venta
2. Planificación del trabajo a realizar
3. Presupuestos de implantación:

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA IMPLANTACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES Y EL DESARROLLO VIRTUAL

1. Marketing y comercialización on line de bienes y servicios
2. Diferencias y complementariedad entre la implantación física e implantación virtual de un negocio
3. Características de Internet como canal de comunicación y comercialización de productos
4. Objetivos de la tienda y el supermercado virtual
5. La venta electrónica frente a las webs informacionales
6. Análisis del espacio comercial virtual:

Solicita información sin compromiso

iMatricularme ya!

Telefonos 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!



Ver en la web



INEAF
BUSINESS SCHOOL



By
EDUCA EDTECH
Group