



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster Key Account Manager + 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 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
INTERNACIONAL 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**.

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 Key Account Manager + Titulación Universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
8 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master Key Account Manager 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 Marketing y Ventas con 200 horas y 8 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION
 como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
 expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A
 con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso
 con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Euroinnova International Online Education.
 Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXXXXX-XXXXXX.
 Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

NOMBRE ALUMNO/A
 Firma del Alumno/a

NOMBRE DE AREA MANAGER
 La Dirección Académica




Con el Estado Español, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNESCO (Plan: Resolución 10/2011)

Descripción

La figura del key account manager cobra cada vez más importancia en el ámbito empresarial, debido al papel que juega en la gestión de las cuentas claves para la empresa. Gracias al master de key account manager con titulación universitaria se pretende ofrecer al alumnado los conocimientos y competencias profesionales necesarias en materia de negociación, gestión de ventas y fidelización de clientes para llevar a cabo las funciones propias del puesto.

Objetivos

Entre los objetivos del Master de Key Account Manager destacamos: - Conocer la importancia del marketing y sus herramientas en las organizaciones actuales, sus rasgos principales, los del mercado, y los aspectos que ocasionan los cambios que en él se producen. - Aumentar la capacidad en el ámbito de la dirección de marketing, para de este modo, evitar el estancamiento, potenciando el reciclaje en materia laboral. - Conocer las características propias de las diversas aplicaciones del marketing existentes, para poder llevar a cabo una estrategia comercial adecuada. - Aprender qué es el key account manager y cuáles son sus funciones. - Conocer cómo es el proceso directivo y cuáles son las funciones de la dirección en la empresa. - Aprender a realizar un análisis del mercado y la cartera de clientes, para identificar las cuentas clave. - Conocer los aspectos más importantes de la fidelización de clientes y el customer experience. - Conocer qué es la negociación comercial y sus técnicas más relevantes. - Aprender a organizar y controlar el equipo de ventas. - Desarrollar las habilidades de liderazgo más relevantes en el ámbito comercial. - 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. -

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Conocer cómo actuar como buenos vendedores en la venta, su desarrollo y la postventa. - Conocer la naturaleza del equipo de ventas. - Ejercer liderazgo en el equipo comercial. - Aplicar técnicas para motivar al equipo de ventas. - Conocer las técnicas de comunicación en la venta.

A quién va dirigido

Este master de key account manager está dirigido a profesionales, titulados y estudiantes del ámbito del marketing y la comunicación, que quieran especializarse para acceder a uno de los perfiles profesionales más demandados actualmente en el mundo del marketing. De igual forma, se dirige a cualquier persona interesada, trabaje o no en el ámbito comercial, en desarrollar una carrera profesional como key account manager.

Para qué te prepara

Por medio del presente master online en key account manager podrás adquirir las competencias y conocimientos adecuados para el desempeño las funciones propias del puesto de forma profesional. Para ello, aprenderás a analizar tanto el mercado como la cartera actual de clientes, para identificar cuáles son las cuentas clave para la empresa. A partir de este análisis, aprenderás a elaborar un plan de ventas adecuado para cada cliente, llevando a cabo las técnicas de negociación comercial y de fidelización de clientes oportunas en cada caso. Además, aprenderás a gestionar al equipo de ventas de la organización.

Salidas laborales

Tras realizar el Master de Key Account Manager el alumno podrá desempeñar su labor profesional en áreas como: comercial, ventas, marketing, dirección de marketing, atención al cliente, etc.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

PARTE 1. 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

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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. Negociación 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

PARTE 2. PSICOLOGÍA Y TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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 al 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

[Ver en la web](#)



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

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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 3. GESTIÓN Y ATENCIÓN EN SERVICIO POSTVENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA COMUNICACIÓN Y OTRAS HABILIDADES

1. Habilidades de comunicación
2. Habilidades de comunicación interpersonal
3. Habilidades de comunicación comercial
4. Habilidades y técnicas de venta
5. Gestión del tiempo
6. Perfil profesional del recepcionista

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL SERVICIO A LOS CLIENTES.

1. Tipos de clientes
2. Habilidades de atención a clientes
3. Concepto de atender
4. Calidad en la atención al cliente
5. Venta en mostrador

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL Y SEGUIMIENTO DE LA VENTA Y LA POSTVENTA

1. Estrategias de negocio
2. Características del negocio de almacén Elementos económicos subyacentes a nivel de facturación y rentabilidad
3. Kpis de control de almacén
4. Análisis de costes internos Clasificación en virtud de su importancia
5. Económica y estratégica
6. Actuaciones para mejorar la rentabilidad Áreas de mejora
7. Organización y dirección del equipo de recambistas
8. Organización de flujos y gestión de existencias

PARTE 4. NEGOCIACIÓN CON PROVEEDORES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL: EL NEGOCIADOR.

1. Concepto de negociación comercial.
2. Diferencias entre vender y negociar.
3. Elementos de la negociación.
4. El protocolo de la negociación.
5. Negociación en terreno propio.
6. Negociación en terreno contrario.
7. Negociación en terreno neutral.
8. La comunicación.
9. Comunicación verbal.
10. Comunicación no verbal.
11. Principios de la negociación.

12. Plantear nuestro caso de forma ventajosa.
13. Conocer el alcance y la fuerza de nuestro poder.
14. Conocer a la otra parte.
15. Satisfacer las necesidades antes que los deseos.
16. Fijarse unas metas ambiciosas.
17. Gestionar la información con habilidad.
18. Hacer las concesiones conforme a lo establecido.
19. Tipos y estilos de negociación.
20. Características del negociador.
21. Tipos de negociador.
22. Estilos internacionales de negociación.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL.

1. Fase de preparación.
2. Fase de desarrollo.
3. Discusión.
4. Señales.
5. Propuestas.
6. Intercambios-concesiones.
7. Argumentos.
8. Bloqueos.
9. Objeciones.
10. Cierre.
11. Postnegociación.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DESARROLLO DE LA NEGOCIACIÓN.

1. Estrategias y tácticas.
2. Estrategias.
3. Tácticas de negociación.
4. Comunicación.
5. Aptitudes, características y preparación de los negociadores. Su elección.
6. ¿Cómo preparar a los negociadores?.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DOCUMENTACIÓN DE LA NEGOCIACIÓN.

1. Documentación y material de apoyo a la negociación.
2. Factores colaterales.
3. El entorno.
4. El lugar de reunión.
5. La cuestión de la ética en la negociación.
6. El perfil del negociador.
7. El acuerdo.
8. Algunos criterios para la administración y supervisión.

PARTE 5. GESTIÓN DEL LIDERAZGO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MODELOS ORGANIZATIVOS: LA HUMANIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

1. La importancia de las organizaciones
2. Aproximación conceptual a la organización
3. Tipos de organizaciones
4. La estructura
 1. - Tipos de estructura
5. Cambio y desarrollo en la organización
 1. - Teorías del cambio organizacional
 2. - Coaching y cambio organizativo
6. El coach como agente de cambio
7. Profesionales con vocación de persona

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL EQUIPO EN LA ORGANIZACIÓN ACTUAL

1. La importancia de los equipos en las organizaciones actuales
2. Modelos explicativos de la eficacia de los equipos
 1. - La efectividad de los equipos
3. Composición de equipos, recursos y tareas
 1. - Tipos de equipos
 2. - Las reuniones de los equipos de trabajo
 3. - Causas por las que pueden fracasar equipos de trabajo
 4. - Los procesos en los equipos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL LIDERAZGO

1. Evolución del liderazgo en la historia
 1. - Civilizaciones antiguas
 2. - Contribuciones militares
 3. - Iglesia católica
 4. - Hasta la revolución industrial
 5. - Revolución industrial
 6. - Resumen de las cualidades comunes
2. Edades del liderazgo organizativo
 1. - Las edades del líder según Bennis
3. ¿Qué se entiende por liderazgo?
4. Evolución de las teorías de liderazgo
 1. - Enfoques centrados en el líder
 2. - Teorías situacionales o de contingencia
5. Estilos de liderazgo
 1. - Otra clasificación de tipos de liderazgo
6. El papel del líder
 1. - Habilidades del líder
 2. - Funciones administrativas del liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COACHING Y LIDERAZGO EN LA EMPRESA

1. El coaching como ayuda a la formación del liderazgo
2. El coaching como estilo de liderazgo
3. El coach como líder y formador de líderes
4. El líder como coach

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LIDERAZGO Y TEAM BUILDING

1. Cultura de equipo
2. Funciones del líder
 1. - Funciones básicas
 2. - Funciones complementarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. DESARROLLO DE LAS HABILIDADES DE LIDERAZGO

1. Competencias del buen líder
2. Competencias del líder eficaz
 1. - Cualidades que debe tener un líder eficaz
 2. - Características de un líder eficaz
3. Formación de líderes eficaces
 1. - Las bases de un gran líder
4. El rol del líder eficaz dentro del grupo
5. Tácticas y estrategias de liderazgo eficaz
6. El gen del liderazgo
7. Liderazgo y timidez
 1. - Ejemplos de ejecutivos tímidos
 2. - Estrategias para vencer la timidez

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO

1. Programa de entrenamiento
2. Métodos de aprendizaje
3. Técnicas de desarrollo en equipo
4. Pasos para identificar, analizar y solucionar problemas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA DINÁMICA DE GRUPOS

1. Definición
2. Aplicaciones a los distintos campos de la vida social
3. Técnicas de dinámica de grupos
 1. - Qué son y qué no son las técnicas grupales
 2. - Elección de la técnica adecuada
 3. - Criticas a las técnicas de dinámica para grupos
4. Normas generales para el uso de las técnicas de grupo
5. El papel del dinamizador
 1. - Tres tipos de animador
 2. - Papel del animador
 3. - Funciones del animador

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CLASIFICACIÓN DE LAS DINÁMICAS DE GRUPOS

1. Según el tamaño del grupo
 1. - Asamblea
 2. - Comisión
 3. - Congreso

4. - Mesa redonda
 5. - Conferencia
 6. - Clínica del rumor
 7. - Corrillo
 8. - Cuchicheo
 9. - Debate dirigido o discusión guiada
 10. - Grupo de confrontación
2. Según la participación de los expertos
 1. - Role playing
 2. - Tormenta de ideas
 3. - Phillips 6.6
 4. - Foro
 5. - Grupo de discusión
 6. - Diálogos simultáneos
 7. - Entrevista
 3. Según los objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TÉCNICAS DE DINÁMICA DE GRUPOS EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN LA EMPRESA

1. Perspectiva positiva del conflicto
2. Conflicto versus violencia
 1. - El conflicto como proceso
 2. - Actitudes ante el conflicto
3. Prevención
4. Análisis y negociación
 1. - Separar persona-proceso-problema
 2. - Personas
 3. - El proceso
 4. - El problema
5. Búsqueda de soluciones
 1. - La Mediación
6. Procedimientos para enseñar a resolver conflictos

PARTE 6. DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA NATURALEZA DEL EQUIPO DE VENTAS

1. El vendedor
2. Tipología de vendedores
3. Propiedades del buen vendedor
4. Éxito en las ventas
5. Actividades del vendedor
6. Psicología aplicada a la venta
7. Recomendaciones para mejorar la comunicación
8. Actitud y comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJECUCIÓN DE LIDERAZGO EN EL EQUIPO COMERCIAL

1. Gestión vs liderazgo
2. El líder de equipos
3. Liderazgo desde la planificación comercial
4. Liderazgo desde la negociación con los clientes
5. Coaching de ventas
6. Modelos de gestión de equipos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EQUIPOS COMERCIALES COMPETITIVOS

1. Selección de personal
2. La heterogeneidad del grupo
3. Tipos de equipos
4. Cohesión y comunicación en el equipo
5. Determinación de roles dentro del equipo de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS PARA MOTIVAR AL EQUIPO DE VENTAS

1. Motivación personal del equipo de ventas
2. Teorías de la motivación
3. Técnicas de motivación
4. Satisfacción en el trabajo
5. Motivaciones económicas
6. Motivación a largo plazo

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA NEGOCIACIÓN

1. Introducción a la negociación
2. Los procesos de negociación
3. Tipología de las negociaciones
4. Las conductas de los buenos negociadores
5. Fases de la negociación
6. Estrategias de negociación
7. Tácticas de negociación
8. Elementos prácticos de negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA COMUNICACIÓN EN LA VENTA

1. Introducción
2. Defectos del emisor
3. Defectos del receptor
4. Leyes de la Comunicación
5. Principios de la Comunicación
6. El proceso de comunicación
7. Mensajes que facilitan el diálogo
8. La retroalimentación
9. Ruidos y barreras en la comunicación
10. Superación de las barreras en la comunicación
11. La expresión oral en la venta
12. Cómo llevar a cabo la expresión oral en la venta

13. La expresión escrita en la venta
14. Las veinte sugerencias para la comunicación escrita
15. La escucha en la venta
16. Como mejorar la capacidad de escuchar
17. Tipos de Preguntas
18. La comunicación no verbal
19. Emitiendo señales, creando impresiones
20. Los principales componentes no verbales
21. La asertividad
22. Tipos de personas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS CALL CENTERS

1. Factores de la comunicación comercial
2. Procesos para mejorar la comunicación
3. Comunicación interna
4. Dispositivos de Información
5. Habilidades sociales y protocolo comercial
6. La comunicación verbal
7. Comunicación no verbal
8. La Comunicación Escrita
9. Técnicas y procesos de negociación
10. Bases fundamentales de los procesos de negociación
11. Las conductas de los buenos/as negociadores/as
12. Estrategias y tácticas en la negociación
13. Fases de la negociación
14. Los Call Centers
15. La atención al cliente/a en el siglo XXI

PARTE 7. KEY ACCOUNT MANAGER

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN. QUÉ ES EL KEY ACCOUNT MANAGER

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DIRECTIVO Y LAS FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA CARTERA DE CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLAN DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CUSTOMER EXPERIENCE

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA NEGOCIACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL EQUIPO DE VENTAS

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

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