



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Máster MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising





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**.

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

Máster MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising



DURACIÓN
1500 horas



MODALIDAD
ONLINE



ACOMPANIAMIENTO
PERSONALIZADO

Titulación

Titulación de Master MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising 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



EUROINNOVA INTERNATIONAL 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/XXXXXXXX-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 Establecimiento Consultivo, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (CCESE) (Norma Resolución 6048)

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Descripción

La demanda de profesionales con formación específica en los sectores de decoración y Visual Merchandising se ha convertido en una necesidad para las empresas que quieren cuidar su imagen en el lugar más importante, el punto de venta, y eso es aplicable a todos los sectores del comercio. Por ello, con este Master MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising se pretende que el alumno aprenda con claridad los conceptos básicos del mundo de la decoración, la planificación, etapas, tareas y desempeño de las acciones de un proyecto, así como las tácticas para elegir los elementos y materiales básicos para conseguir los objetivos perseguidos mediante la reestructuración de nuestro local, consiguiendo así los efectos sensoriales deseados.

Objetivos

Este Máster MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas, y Visual Merchandising facilitará el alcance de los siguientes objetivos establecidos: - Conseguir la mayor eficacia en la distribución y presentación de la mercancía en el espacio de venta. - Conocer las técnicas apropiadas para una correcta presentación del escaparate. - Aplicar las técnicas de composición en el escaparatismo. - Aplicar eficaz y apropiadamente las técnicas de «merchandising» y animación de venta con objeto de optimizar el espacio de ventas y la incentivación de éstas. - Analizar el proceso de comunicación publicitaria identificando las técnicas de comunicación más idóneas para ello. - Descubrir los conceptos relacionados con el marketing de relaciones, identificando las causas generadoras de la lealtad del cliente y analizando las consecuencias que la lealtad produce para la empresa.

A quién va dirigido

Este Master MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising está dirigido a profesionales de los sectores empresariales del comercio, escaparatismo, merchandising, marketing, decoración, interiorismo, moda, estilismo, asesores de imagen, personal shoppers, coolhunters y demás carreras relacionadas con este sector. Así como para aquellas personas que quieran especializarse o complementar su formación para ofrecer una respuesta profesional ante las demandas del mercado y las necesidades de las empresas.

Para qué te prepara

A través de este Master MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising el alumno podrá llevar a cabo la decoración de cualquier tipo de tienda con todos los elementos que ésta ampara (escaparate, fachada, publicidad, colores, iluminación, mobiliario,...) y en general, aplicar los conocimientos aprendidos sobre la disciplina del marketing conocida como Visual merchandising. Además, te ayudará a tomar decisiones en referencia a la elección de medios publicitarios y el desarrollo de las distintas estrategias publicitarias.

Salidas laborales

Gracias a este Máster MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas, y Visual Merchandising, aumentarás tu formación en el ámbito del marketing. Además, te permitirá desarrollar tu actividad profesional como decorador, comercial, proveedor, encargado, azafata, responsable de comercio y como jefe de sección de ventas.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

PARTE 1. DECORACIÓN DE TIENDAS Y COMERCIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN: PLANIFICACIÓN, DISEÑO Y DECORACIÓN.

1. Breve historia del diseño
2. ¿Qué es el diseño y la decoración?
3. Planificación de la idea decorativa
4. Diseño del proyecto de interiores
5. Ejecución del proyecto decorativo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNDAMENTOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN

1. Nociones sobre el diseño y decoración
2. El color
3. La iluminación
4. El espacio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. El Visual Merchandising
2. Reglas básicas de Visual Merchandising
3. Las imágenes
4. El color
5. Criterios de distribución y presentación del proyecto
6. Colocación del mobiliario
7. Presentaciones por temporadas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MOBILIARIO Y ELEMENTOS

1. Introducción
2. Tipos de mobiliario
3. Utilería, Rotación de la mercadería

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANIZACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES

1. Introducción
2. La distribución
3. Recorrido del cliente
4. Proporciones del espacio
5. Organizaciones de espacios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA ATMÓSFERA EN LOS ESPACIOS DE VENTA

1. Introducción
2. Efectos visuales
3. Marketing sensorial

4. Estilos decorativos
5. Clasificación del espacio

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MONTAJE DE UNA PRESENTACIÓN VISUAL

1. Introducción
2. La composición
3. El peso visual
4. Formas de iluminación
5. Sombras y colores
6. Decoración
7. Presentación de escaparates
8. Organización de los elementos en el escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MONTAJE DE STAND

1. Montaje de stand
2. Diseño y distribución del espacio
3. Presentación de producto
4. Publicidad, soportes publicitarios
5. Clasificación del stand
6. Factores para planificar la asistencia en la feria

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD EN INTERIORES Y EXTERIORES

1. Introducción
2. Fachadas, escaparates y entradas
3. Publicidad exterior
4. El logotipo
5. Carteles
6. Publicidad en el interior
7. Las etiquetas de precios

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ELECCIÓN DE MATERIALES ADECUADOS

1. Introducción
2. Materiales en el diseño del local
3. Materiales de decoración: piedra
4. Materiales de decoración: madera
5. Materiales de decoración: vidrios
6. Materiales de decoración: metal
7. Materiales de decoración: sintéticos, plásticos
8. Materiales de decoración: hormigón y yeso
9. Materiales para la presentación visual
10. Materiales a utilizar en el escaparate
11. Revestimiento de papel pintado
12. Materiales decorativos de ambientación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMPOSICIÓN DEL PROYECTO TÉCNICO

1. Planteamiento del proyecto: Fases de la planificación
2. Esquema de la planificación del proyecto
3. Realización del proyecto
4. Datos técnicos para locales comerciales
5. Datos técnicos: paredes y techos
6. Presentaciones técnicas: mobiliario e iluminación
7. Datos técnicos: aire acondicionado

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ÚLTIMAS TENDENCIAS EN EL DISEÑO DE TIENDAS

1. Introducción
2. Los nuevos comercios
3. Tipos de negocios
4. Diferencia entre negocios y mercados especiales
5. Los nuevos conceptos por sectores
6. Tiendas con estilo

PARTE 2. MONTAJE Y DISEÑO DE ESCAPARATES

MÓDULO 1. ESCAPARATISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

1. Concepto de mercado
2. Cliente/Consumidor
3. Marketing
4. La marca
5. Concepto de calidad
6. Concepto de excelencia
7. Merchandising

TEMA 2. EL ESCAPARATE

1. Introducción
2. Introducción histórica del escaparate
3. Funciones y objetivos de un escaparate
4. Tipos de escaparates
5. El escaparate como elemento comunicador
6. Requisitos de un buen escaparate
7. ¿Qué es un escaparatista?

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPIOS BÁSICOS EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

1. Introducción
2. Principios básicos de un escaparate
3. Características fundamentales de un escaparate
4. Principios de composición de un escaparate
5. El recorrido visual

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE COMPOSICIÓN EN EL ESCAPARATISMO

1. Introducción
2. Técnicas basadas en el trazado de la línea imaginaria
3. Técnicas basadas en la localización del punto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMPOSICIÓN VISUAL DEL ESCAPARATE

1. Introducción
2. El color
3. La luz y la iluminación
4. Líneas, volúmenes y superficies

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA ANIMACIÓN DE UN ESCAPARATE

1. Elementos estructurales
2. Elementos de fijación
3. Revestimientos
4. Carteles
5. Materiales de ambientación
6. Elementos móviles y sistemas de animación
7. Elementos fijos
8. Elementos vivos
9. Maniquíes
10. Herramientas de trabajo en el escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PASOS A SEGUIR EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

1. Introducción
2. La idea
3. El proyecto
4. Maqueta
5. Presupuesto
6. Tiempo de ejecución
7. Programación de la exposición de productos
8. Preparación de los productos a exponer
9. El montaje de los productos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DIBUJO Y DISEÑO

1. La comunicación visual: el significado del diseño
2. La composición y el diseño
3. Dibujo artístico y dibujo técnico

ANEXO 1. IDEAS Y EJEMPLOS PARA EL DISEÑO DE ESCAPARATES

MODULO 2. RECURSOS PRÁCTICOS ESCAPARATISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE TRABAJO

1. Productos rígidos y flexibles
2. Agrupaciones de Productos rígidos y flexibles

3. Colocación de Adhesivos Decorativos en Escaparates
4. Cómo Decorar un Escaparate de moda.
5. Cómo vestir un Busto en un escaparate de moda.
6. El uso del color en el escaparate
7. Elementos decorativos para escaparates
8. Elementos estructurales para escaparates

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLOS DE TIENDAS Y ESCAPARATES INTERACTIVOS

PARTE 3. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONSUMIDOR

1. El consumidor y sus necesidades
2. La psicología del mercado
3. La psicología del 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 3. 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 4. 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 5. VENTAS

1. Introducción
2. Teorías de las ventas
3. Tipos de ventas
4. Técnicas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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 7. ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA.

1. Merchandising
2. Condiciones ambientales
3. Captación de clientes
4. Diseño interior
5. Situación de las secciones
6. Animación
7. Mobiliario
8. La Circulación de los Clientes
9. Distribución de las secciones
10. La cartelería y señalización

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EXTERIOR DEL PUNTO DE VENTA

1. Introducción
2. La identidad, logo y rótulo
3. Entrada al establecimiento
4. Acciones para tener un comercio actual
5. ¿Dónde establezco el punto de venta?
6. ¿Por qué es importante la imagen exterior de mi punto de venta?
7. El escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL LINEAL

1. Optimización de líneas
2. Reparto del lineal
3. La implantación del lineal
4. Los diferentes niveles del lineal
5. Presentación de los productos del lineal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ASPECTOS GENERALES SOBRE MERCHANDISING

1. Concepto de merchandising

2. Tipos de merchandising
3. Análisis de la promoción en el punto de venta
4. Objetivos del merchandising promocional
5. Tipos de promociones en el punto de venta
6. Tipos de periodos para promocionar el establecimiento
7. Actitudes para un buen funcionamiento de su negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA (PLV)

1. ¿Cómo gestionar eficazmente el área expositiva?
2. La publicidad en el lugar de venta (PLV)
3. Objetivos de la publicidad
4. Elementos de venta visual
5. Medios Publicitarios

PARTE 4. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. La comunicación comercial
2. El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo
3. La comunicación global de la empresa: identidad e imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

1. Necesidad del Departamento de Publicidad en la empresa
2. Funciones del Departamento de Publicidad
3. Determinación del presupuesto publicitario
4. La selección de la empresa de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

1. La Agencia de Publicidad
2. Organigrama de una Agencia Publicitaria
3. Clasificación de las Agencias
4. El fundamento económico y las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

1. Concepto y clasificación
2. Medios Publicitarios
3. Internet y Publicidad
4. Animación y Marketing

5. Telemarketing
6. Estrategias Publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1. Introducción
2. El cliente actual
3. El cliente potencial
4. Plataforma Comercial de Mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las Organizaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

1. El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas
2. Los condicionamientos del comportamiento de compra de los consumidores
3. Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo
4. El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Importancia de la estrategia de 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

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ATRACTIVO DEL MERCADO Y DE LOS SEGMENTOS

1. El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
2. Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
3. Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de marca
4. Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING

1. Componentes de un sistema de información de marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado
3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercado

PARTE 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

1. Reflexión sobre la comunicación
2. Cliente/Consumidor
3. Queja/Objeción
4. Reclamación
5. Tarea profesional
6. Concepto de calidad
7. Criterios de calidad
8. Concepto de excelencia
9. El equipo y la imagen corporativa
10. La sinergia grupal

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LEALTAD AL CLIENTE

1. Marketing Relacional
2. El enfoque del marketing
3. Marketing Relacional (CRM)
4. Concepto de fidelidad
5. El cliente actual
6. Orientación hacia el mercado VS Orientación hacia el producto
7. Concepto de lealtad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE LA LEALTAD

1. Causas de la lealtad
2. La percepción del cliente
3. El factor producto
4. La marca
5. El factor precio
6. Canal de distribución
7. La promoción
8. Consecuencias de la lealtad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA LEALTAD

1. Introducción
2. Diferenciación empresarial
3. Pilares de la empresa
4. Fidelización del cliente interno
5. Fidelización de los inversores
6. La escalera de la lealtad

7. Ofrecimiento de valor al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CLIENTE FIEL

1. Concepto de cliente
2. ¿El cliente siempre tiene la razón?
3. El proceso de compra
4. ¿A quién fidelizar?
5. Ventajas de la fidelidad para el cliente
6. Clases de fidelidad del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL CLIENTE; LA BASE DE LA FIDELIZACIÓN

1. Introducción
2. Principales causas de la insatisfacción del cliente
3. El decálogo del cliente
4. La excelencia en la atención al cliente
5. La calidad del servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TRATAMIENTO DE QUEJAS, RECLAMACIONES, DUDAS Y OBJECIONES

1. Introducción
2. ¿Por qué surgen las reclamaciones?
3. Directrices en el tratamiento de quejas
4. ¿Qué hacer ante el cliente?
5. ¿Qué no hacer ante el cliente?
6. Actitud ante las quejas y las reclamaciones
7. Tratamiento de dudas y objeciones
8. Atención telefónica en el tratamiento de quejas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN

1. Consideraciones previas
2. Cuestiones prácticas de negociación
3. Estrategias para cerrar la venta
4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa
5. Programas de fidelización
6. Diseño del programa de fidelización
7. Medición de los programas de fidelización

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme 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



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group