



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Maestría Internacional en Publicidad y Marketing en el Punto de Venta



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



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

SOBRE **EDUCA**

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

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

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

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

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

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

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

Maestría Internacional en Publicidad y Marketing en el Punto de Venta



DURACIÓN:

600 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

1.495 \$

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

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

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

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



Objetivos

- Conocer el mercado. - Aprender aspectos del consumidor y sus necesidades. - Conocer el proceso de compra del comprador. - Realizar las técnicas de merchandising y animación en el punto de venta.

A quién va dirigido

La Maestría Online de Merchandising, Publicidad y Animación en el Punto de Venta está dirigida a todas aquellas personas que se quieran enfocar al mundo de la presentación de productos en el punto de venta y quieran adquirir conocimientos sobre las diferentes técnicas de merchandising, publicidad y animación en el punto de venta. Además es interesante para aquellos que deseen especializarse en merchandising

Para qué te prepara

Esta Maestría Online de Merchandising, Publicidad y Animación en el Punto de Venta le prepara para conocer los aspectos fundamentales del merchandising y sus técnicas más importantes a aplicar para que los productos presentados en el punto de venta llamen la atención del cliente y termine en una compra por parte del consumidor.

Salidas Laborales

Sección de ventas / Comercial / Encargado de merchandising / Comercio.

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia

- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

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



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

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

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



Metodología y Tutorización

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

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

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

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

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



Redes Sociales

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



Reinventamos la Formación Online



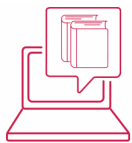
Más de 150 cursos Universitarios

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



Campus 100% Online

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



Amplio Catálogo

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



Claustro Docente

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



Nuestro Aval AEC y AECA

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



Club de Alumnos/as

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



Bolsa de Prácticas

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



Revista Digital

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



Innovación y Calidad

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

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. 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 3. 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 4. 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

PARTE 2. VENTA ONLINE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. 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

PARTE 3. TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE / CONSUMIDOR / USUARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Información del cliente:
 - 1.- Quejas
 - 2.- Reclamaciones
 - 3.- Cuestionarios de satisfacción
2. Archivo y registro de la información del cliente:
 - 1.- Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo
 - 2.- Elaboración de ficheros
3. Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa
4. Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario
5. Estructura y funciones de una base de datos
 - 1.- Tipos de bases de datos
 - 2.- Bases de datos documentales

- 3.- Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros
- 4.- Grabación, modificación y borrado de información
- 5.- Consulta de información
- 6. Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes
 - 1.- Procedimientos de protección de datos
- 7. Confección y presentación de informes

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

- 1. Modelo de comunicación interpersonal:
 - 1.- Elementos: objetivos, sujetos y contenidos
 - 2.- Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo
 - 3.- Comunicación presencial y no presencial
 - 4.- Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades
- 2. Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial
- 3. Expresión verbal:
 - 1.- Calidad de la información
 - 2.- Formas de presentación
 - 3.- Expresión oral: dicción y entonación
- 4. Comunicación no verbal
 - 1.- Comunicación corporal
- 5. Empatía y asertividad:
 - 1.- Principios básicos
 - 2.- Escucha activa
- 6. Comunicación no presencial:
 - 1.- Características y tipología
 - 2.- Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica
 - 3.- Expresión verbal a través del teléfono
 - 4.- Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica
 - 5.- Reglas de la comunicación telefónica
 - 6.- El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo
- 7. Comunicación escrita:
 - 1.- Cartas, faxes
 - 2.- Correo electrónico: elementos clave
 - 3.- Mensajería instantánea: características
 - 4.- Comunicación en las redes (Intra/Internet)

PARTE 4. ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

- 1. Estructura del entorno comercial
- 2. Fórmulas y formatos comerciales

3.Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial Fuentes de información y actualización comercial

4.Estructura y proceso comercial en la empresa

5.Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales

6.Normativa general sobre comercio

7.Derechos del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1.El vendedor profesional

2.Organización del trabajo del vendedor profesiona

3.Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

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

1.Documentos comerciales

1.- Documentos propios de la compraventa

2.Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial

3.Elaboración de la documentación

4.Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA

1.Operativa básica de cálculo aplicado a la venta

2.Cálculo de PVP (Precio de venta al público)

3.Estimación de costes de la actividad comercial

4.Fiscalidad

5.Cálculo de descuentos y recargos comerciales

6.Cálculo de rentabilidad y margen comercial

7.Cálculo de comisiones comerciales

8.Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses

9.Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes

10.Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta

PARTE 5. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN EN EL 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. Técnicas de animación
3. La publicidad en el lugar de venta (PLV)
4. Objetivos de la publicidad
5. El mensaje publicitario
6. Elementos de venta visual