



EUROINNOVA FORMACION
INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria

Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitar

Titulación certificada por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria

Duración: 710 horas

Precio: 999 € *

Modalidad: Online

* Materiales didácticos, titulación y gastos de envío incluidos.



Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Ur



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria

Descripción

Si quiere dedicarse laboralmente al mundo de la moda o ampliar sus conocimientos gracias a la adquisición de las técnicas de marketing en este entorno este es su momento, con el Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda podrá conocer los aspectos esenciales sobre el marketing en la moda para poder desarrollar su profesión de manera experta. Además con este Master podrá especializarse en las técnicas de venta en el sector, así como a aplicar procesos de neuromarketing.

Euroinnova Business School

Euroinnova Business School, es una escuela de negocios avalada por 5 universidades y múltiples instituciones a nivel internacional. En el siguiente enlace puede ver los

cursos Homologados

Además Euroinnova cuenta con más de 10.000

cursos online

Puede matricularse hoy con un 10% de descuento, si se matricula online en el siguiente enlace:



Al formar parte de Euroinnova podrás disponer de los siguientes servicios totalmente gratis, además de pasar a formar parte de una escuela de negocios con un porcentaje de satisfacción de más del 95%, auditada por agencias externas, además de contar con el apoyo de las principales entidades formativas a nivel internacional.



Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Ur



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria

A quién va dirigido

El Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda está dirigido a profesionales del sector que deseen especializarse en labores de marketing y neuromarketing, así como a personas interesadas en adquirir técnicas de venta.

Objetivos

- Aprender los conceptos claves del Retail Marketing.
- Diferenciar las distintas estrategias en el sector retail.
- Conocer los aspectos más importantes sobre el retail intelligence.
- Aprender los diferentes canales de comunicación en el marketing retail.
- Conocer los aspectos generales del coolhunting.
- Estudiar el mercado y los tipos existentes.
- Conocer el entorno del coolhunting colaborativo.
- Conocer los fundamentos generales del marketing.
- Adquirir conocimientos sobre el marketing sensorial o sensitivo.
- Aplicar las tecnologías y técnicas del neuromarketing.
- Entender la aplicación de un proceso de selección por competencias, teniendo en cuenta todos los hechos que acontezcan desde la elaboración del perfil hasta la entrevista.
- Preparar al alumno para que desempeñe el papel de la figura del líder, con las cualidades que le caracterizan y entendiendo ante todo que su labor principal frente al grupo que tiene a su cargo, será motivar.
- 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.

Para que te prepara

Este Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda le prepara para tener una visión amplia y precisa del entorno de la moda en relación con las técnicas esenciales del marketing y técnicas de venta en este ámbito, llegando a adquirir conocimientos específicos que le ayudarán a desenvolverse en el sector.

Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Ur



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria

Salidas laborales

Moda / Marketing Retail / Marketing de la moda / Neuromarketing.

Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Ur



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda con 600 horas expedida por Euroinnova Business School y Avalada por la Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales - Titulación Universitaria en Marketing de la Moda: Experto en Marketing Retail con 4 Créditos Universitarios ECTS con 110 horas



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

TITULACIÓN EXPEDIDA POR
EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



3ª Mejor Escuela de Negocios
España
(RANKING EL ECONOMISTA)

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación vía correo postal, la titulación que acredita el haber 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 institución que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).

Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Ur



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria



EUROINNOVA FORMACION

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2014
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 23 de Abril de 2014

La dirección General

Ei/La interesado/a

Sello



INTERNATIONAL COMMISSION ON DISTANCE EDUCATION
Con Estatuto Consultivo Consejo Superior de Investigaciones Científicas y Social de la UNESCO (plan, Resolución 60/8)

Forma de financiación

- Contrarrembolso.
- Transferencia.
- Tarjeta de crédito.
- PayPal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Llama gratis al 900831200 e informate de los pagos a plazos sin intereses que hay disponibles

Metodología

Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios. Además recibirá los materiales didácticos que incluye el curso para poder consultarlos en cualquier momento y conservarlos una vez finalizado el mismo. La metodología a seguir es ir avanzando a lo largo del itinerario de aprendizaje online, que cuenta con una serie de temas y ejercicios. Para su evaluación, el alumno/a deberá completar todos los ejercicios propuestos en el curso. La titulación será remitida al alumno/a por correo una vez se haya comprobado que ha completado el itinerario de aprendizaje satisfactoriamente.

Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Un



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria

Materiales didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Psicología Empresarial y Comunicación'
- Manual teórico 'Neuromarketing'
- Manual teórico 'Coolhunting'
- Manual teórico 'Marketing de la Moda: Experto en Marketing Retail'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 1'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 2'
- CDROM 'Psicología y Técnicas de Venta'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Ur



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria

Profesorado y servicio de tutorías

Nuestro centro tiene su sede en el "Centro de Empresas Granada", un moderno complejo empresarial situado en uno de los centros de negocios con mayor proyección de Andalucía Oriental. Contamos con una extensa plan profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional.

Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- Por e-mail: El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.
- Por teléfono: Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.



Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Ur



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria

Plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de 12 meses para la finalización del curso, a contar desde la fecha de recepción de las mat del mismo.

Si una vez cumplido el plazo no se han cumplido los objetivos mínimos exigidos (entrega de ejercicios y evaluaciones correspondientes), el alumno podrá solicitar una prórroga con causa justificada de 3 meses.

Bolsa de empleo

El alumno tendrá la posibilidad de incluir su currículum en nuestra bolsa de empleo y prácticas, participando así en los distintos procesos de selección y empleo gestionados por más de 2000 empresas y organismos públicos colaboradores, en todo el territorio nacional.

Agencia de colocación autorizada N° 9900000169

Club de alumnos

Servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

Revista digital

El alumno podrá 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, etc.

Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Ur



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

Programa formativo

PARTE 1. MARKETING DE LA MODA: EXPERTO EN MARKETING RETAIL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL RETAIL MARKETING

1. Concepto de retail marketing
2. El sector en el retail marketing
3. Mercado del retail marketing
4. Tipos de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS EN EL SECTOR RETAIL

1. Estrategias de segmentación y posicionamiento
2. Estrategias competitivas
3. Estrategia de precio
4. Estrategia de producto y surtido
5. Branding y gestión de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. STAFFING

1. Determinación de la fuerza de ventas
2. Liderazgo del equipo de ventas
3. Formación y habilidades del equipo de ventas
4. Motivación de la fuerza de ventas
5. Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EXPERIENCIA DE COMPRA, SHOPPING EXPERIENCE

1. Determinación de la fuerza de ventas
2. Liderazgo del equipo de ventas
3. Formación y habilidades del equipo de ventas
4. Motivación de la fuerza de ventas
5. Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RETAIL INTELLIGENCE

1. Segmentación y posicionamiento
2. Retail intelligence in store
3. Retail inteligencia out store
4. Big data
5. Geolocalización en retail

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CRM EN RETAIL

- 1.El papel del crm en la empresa
- 2.La estrategia CRM
- 3.Beneficios de una estrategia de CRM en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETPLACES

- 1.Marketing electrónico vs. Comercio Electrónico
- 2.Modelos de negocio online
- 3.Atención al cliente en el intercambio de productos vía internet
- 4.Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico
- 5.Marketplaces

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 1.Internet como canal de comunicación
- 2.Herramientas en Comunicación
- 3.Venta en Internet
- 4.Proceso de planificación publicitaria
- 5.Campañas online

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

- 1.Comunicación en el punto de venta
- 2.Publicidad y promoción en el punto de venta
- 3.Implementación del shopper marketing
- 4.Estrategias en el punto de venta
- 5.Plan de marketing en el punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ESTRATEGIAS DE CANALES

- 1.Estrategias de canales: multicanalidad, omnicanalidad y conflicto
- 2.Modelos de negocio fabricante - canal
- 3.Control del canal
- 4.Control del cliente
- 5.Cadena de comercialización
- 6.E-commerce

PARTE 2. COOLHUNTING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y FIGURA DEL COOLHUNTING

- 1.Introducción: ¿Qué es el coolhunting?
- 2.¿Dónde surgió el coolhunting? Nacimiento y desarrollo.
- 3.Identificación de la profesión. ¿Quién puede ser coolhunter?
- 4.El knowmad
- 5.Generaciones de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LAS TENDENCIAS

- 1.¿Qué son las tendencias?
- 2.Los creadores de tendencias
- 3.Lugares de creación de tendencias

4. Agencias de tendencias de consumo
5. Diferenciación entre micro y macro tendencias
6. Ciclo de una tendencia

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. PAPEL DEL MARKETING EN EL SISTEMA ECONÓMICO Y EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

1. Evolución del concepto y contenido del marketing: el intercambio como criterio de demarcación del alcance del marketing.
2. La función del marketing en el sistema económico.
3. El marketing como filosofía o cultura empresarial: evolución del papel del marketing dentro de la empresa. Las tendencias actuales en el marketing.
4. Marketing y dirección estratégica.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. TENDENCIAS DE COMPRA

1. Análisis de tendencias de compra
2. Tiendas on-line
3. El prosumer
4. La personalización
5. Fabricación a medida del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 6. METODOLOGÍA Y SISTEMA COOLHUNTING

1. Identificación de tendencias
2. Método CSI
3. La Netnografía
4. Monitorizar las tendencias
5. Identificar a los trendsetter y early adopters
6. Análisis del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COOLHUNTING COLABORATIVO

1. La red de coolhunters
2. Mark Granovetter: La teoría de “la fuerza de los vínculos débiles”
3. Plataformas de Coolhunting
4. Como motivar y mantener la red de coolhunters

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INFORME DEL COOLHUNTER

1. Informe de tendencias
2. Estructura del informe de coolhunting
3. Informe visual de coolhunting
4. Presentación del informe

UNIDAD DIDÁCTICA 9. BRANDING Y POSICIONAMIENTO EN INTERNET

- 1.Estrategia en la economía digital
- 2.Digital Branding Management
- 3.Digital Customer Experience
- 4.Promoción web
- 5.Mobile Marketing y Nuevas tendencias

UNIDAD DIDÁCTICA 10. APLICACIONES DE LA WEB 2.0 EN MARKETING

- 1.Formularios de contacto
- 2.Blogs, webs, wikis
- 3.Marcadores sociales
- 4.Aplicaciones en línea
- 5.Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio
- 6.Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

PARTE 3. NEUROMARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1 . HERRAMIENTAS DEL NEUROMARKETING Y SU APLICACIÓN EN LA FUERZA DE VENTAS

- 1.Definición y objetivos del Neuromarketing
- 2.Evolución del marketing al neuromarketing
- 3.Aplicaciones del neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIONES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DEL NEUROMARKETING

- 1.Perfil profesional en Neuromarketing
- 2.El neuromarketing en el mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ALCANCE Y LIMITACIONES DEL NEUROMARKETING APLICADOS A LOS CANALES DE VENTAS

- 1.Alcance del Neuromarketing
- 2.Limitaciones del Neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SITUACIÓN ACTUAL DEL NEUROMARKETING Y TENDENCIAS FUTURAS

- 1.El Neuromarketing actual
- 2.Tendencias en Neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MOTIVACIÓN Y EMOCIÓN. HERRAMIENTAS PARA EL NEUROMARKETING

- 1.Motivación. Definición y aspectos básicos
- 2.Emoción. Definición y aspectos básicos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PERCEPCIÓN Y ATENCIÓN. HERRAMIENTAS PARA EL NEUROMARKETING

- 1.Percepción. Definición y aspectos básicos
- 2.La percepción selectiva
- 3.La percepción de acontecimientos
- 4.Atención. Definición y aspectos básicos
- 5.Taxonomía de la atención
- 6.Los filtros del cerebro
- 7.El ojo del espectador

8. Percepción y atención. Caso de estudio

UNIDAD DIDÁCTICA 7. APRENDIZAJE. HERRAMIENTA PARA UNA ESTRATEGIA DE NEUROMARKETING

1. Aprendizaje. Definición y aspectos básicos
2. Clasificación de los estilos del aprendizaje asociados a la Neurociencia
3. Teorías psicológicas del aprendizaje
4. Aprendizaje y Neuromarketing: conclusiones finales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MEMORIA Y NEUROMARKETING

1. Memoria. Definición y aspectos básicos
2. Consolidación y reconstrucción de la memoria
3. Neurociencia y memoria

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INFLUENCIAS DEL CONSUMIDOR

1. Influencias internas
2. Influencias externas
3. Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EXPERTO EN TÉCNICAS DE MARKETING SENSORIAL

1. Del comprador sensorial al cliente recurrente
2. El cliente como prescriptor
3. El circuito de la dopamina
4. Efectos del marketing ante estímulos psicológicos
5. Proceso de cambio de los hábitos de consumo
6. Generación de ventas recurrentes

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EXPERTO EN TÉCNICAS DE NEUROMARKETING ESTRATÉGICO

1. Segmentación de mercado
2. Neurosegmentación
3. La demanda en el neuromarketing estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 12. EXPERTO EN TÉCNICAS DE NEUROMARKETING MIX Y NEUROVENTAS

1. Las 4 Ps en el neuromarketing
2. Fundamentos y metodología de la neuroventa
3. La neurocomunicación en la venta
4. Estrategias producto servicio
5. Packaging y neuromarketing
6. Factor precio en neuromarketing

PARTE 4. PSICOLOGÍA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. POLÍTICAS DE GESTIÓN DE PERSONAS

1. ¿Qué es la gestión por competencias?
 - 1.- Objetivos de la gestión por competencias
 - 2.- Características de la gestión por competencias
 - 3.- Beneficios del modelo de gestión por competencias
2. El proceso de selección

- 1.- Pruebas para competencia de conocimiento
- 2.- Pruebas para competencia de habilidad
- 3.- Pruebas para competencia de actitud
3. Formación basada en competencias
4. La evaluación en el modelo de gestión por competencias
 - 1.- Evaluación por competencias
 - 2.- Evaluación del desempeño
 - 3.- Evaluación integral de competencias
5. Herramientas de evaluación
 - 1.- Evaluación para el desarrollo profesional individual (EDP)
 - 2.- Feed back 360°
 - 3.- Assessment centre
6. Política de retribución
 - 1.- Objetivos del sistema retributivo
 - 2.- Elementos del sistema retributivo
7. El clima laboral, la motivación y la satisfacción en el trabajo

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 EN EL EQUIPO

1. Liderazgo
2. Enfoques en la teoría del liderazgo
 - 1.- Enfoques centrados en el líder
 - 2.- Teorías situacionales o de contingencia
3. Estilos de liderazgo
 - 1.- Liderazgo supervisor
 - 2.- Liderazgo participativo
 - 3.- Liderazgo en equipo
 - 4.- Otra clasificación de tipos de liderazgo
4. El papel del líder
 - 1.- Factores que condicionan el comportamiento de un líder
 - 2.- Habilidades del líder
 - 3.- Funciones administrativas del liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COACHING Y LIDERAZGO DE EMPRESA

1. El coaching como ayuda a la formación del liderazgo

2.El coaching como estilo de liderazgo

1.- Directivo-coach

2.- Dirección de equipos y liderazgo

3.El coach como líder y formador de líderes

4.El líder como coach

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMUNICACIÓN

1.Introducción

2.Elementos principales del proceso de comunicación

1.- Transmisión de información y de la intención comunicativa

2.- Códigos, codificación-descodificación e inferencias basadas en el contexto

3.- Elementos de la comunicación

4.- Tipos de comunicación

3.Niveles de la comunicación

4.Elementos que favorecen la comunicación

5.Elementos que dificultan la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN NO VERBAL

1.¿Qué es la comunicación no verbal?

2.Componentes de la comunicación no verbal

3.El lenguaje corporal

1.- El contacto visual

2.- La proxémica

3.- La postura y la posición

4.- Bloqueos y barreras corporales

5.- Los gestos

6.- El apretón de manos

7.- Cómo ofrecer un contacto visual efectivo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EFECTIVA

1.Concepto

1.- Definición y características

2.- Principios de eficacia comunicativa

2.Conversación

1.- Características de la conversación

2.- Principios conversacionales estructurales

3.Entrevista

1.- Entrevista como sistema de comunicación

2.- La entrevista laboral

4.Hablar en público

1.- Preparación básica

5.Comunicación en grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN NO VIOLENTA

1.Introducción a la comunicación no violenta

- 1.- Definición
- 2.- Modelos teóricos
- 2.Comunicación no violenta: dar paso a la compasión
- 3.Comunicación empática
- 4.Comunicación no violenta en los grupos
- 5.Observar sin enjuiciar
- 6.Cómo pedir y recibir
- 7.Expresar enfado y reconocimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DINÁMICAS DE GRUPOS

- 1.La dinámica de grupos en la actualidad
 - 1.- Introducción
 - 2.- Situación actual
 - 3.- Tipos de grupo
- 2.Principios de cohesión
 - 1.- La cohesión en el grupo
 - 2.- Roles que favorecen y entorpecen la cohesión grupal
- 3.Técnicas de grupo. Definición
 - 1.- Definición y finalidad
 - 2.- Elección de la técnica más adecuada
 - 3.- Clasificación
- 4.Técnicas de presentación
- 5.Técnicas de conocimiento y confianza
- 6.Técnicas para el estudio y trabajo de temas
- 7.Técnicas de creatividad
- 8.Técnicas de evaluación y feedback

PARTE 5. PSICOLOGÍA Y TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

- 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
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

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

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria

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

PROGRAMA DE BECAS PARA MASTER

Euroinnova cuenta con un programa de **becas de master** para ayudarte a decidir tu futuro, puedes entrar y solicitarla, Euroinnova cuenta con más de 2000 **master online** que puedes consultar y solicitar tu beca.

Haz clic para conocer nuestro catálogo de **cursos online**

Terminos relacionados:

Asesor, Complementos, Comunicación, Cool, Coolhunting, Desfile, diseño, Estilismo, Estilo, Hunter, Imagen, Marketing, Moda, Neuromarketing, Psicología, Retail, Shopping, venta

Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Ur



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200

+ de 100.000 alumnos formados con el 99% de satisfacción, consulta opiniones reales

Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Universitaria



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

FICHA DE MATRICULACIÓN

Para efectuar su matrícula sólo tiene que hacernos llegar esta ficha con sus datos personales vía email a formacion@euroinnova.com.

POSTGRADO EN QUE DESEA MATRICULARSE: :

.....

Nombre:

Apellidos:.....

DNI/ID/Pasaporte:.....

Domicilio envío:

..... CP:.....

Localidad:.....

Provincia:..... País:.....

Teléfono:..... E-mail:.....

Horario de entrega (Mañana o tarde).....

Forma de pago

Observaciones:.....

Una vez recibidos los datos personales, uno de nuestros asesores pedagógicos contactará con usted para concretar la matrícula y confirmarle cuando va a recibir todos los materiales en su domicilio.



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

DESDE ESPAÑA LLAMA GRATIS A:
900 831 200

DESDE FUERA DE ESPAÑA:
+ 34 958 05 02 00

EUROINNOVA FORMACIÓN
POLÍGONO INDUSTRIAL LA ERMITA.
EDIF. CENTRO DE EMPRESAS GRANADA. OFICINA 1º D • 18230 ATARFE - GRANADA
Teléfono: 958 050 200

Información gratis Master en Dirección de Marketing y Ventas en el Sector de la Moda + Titulación Ur



www.euroinnova.edu.es

Llama gratis : 900 831 200