



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



**ONLINE**

Titulación certificada por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## **Master en Ventas, Marketing y Publicidad + Titulación Universitaria**



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Master en Ventas, Marketing y Publicidad + Titulación Universitaria

Ver curso en la web

Solicita información gratis

Euroinnova International Online Education

# Especialistas en **Formación Online**

SOMOS  
**EUROINNOVA  
INTERNATIONAL  
ONLINE  
EDUCATION**



**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 escuela de **formación 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.



**CERTIFICACIÓN  
EN CALIDAD**

Euroinnova International Online Education 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 formativas impartidas desde el centro.

[www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)



Descubre Euroinnova International Online Education

Nuestros **Valores****ACCESIBILIDAD**

Somos **cercanos y comprensivos**, trabajamos para que todas las personas tengan oportunidad de seguir formándose.

**HONESTIDAD**

Somos **claros y transparentes**, nuestras acciones tienen como último objetivo que el alumnado consiga sus objetivos, sin sorpresas.

**PRACTICIDAD**

**Formación práctica** que suponga un **aprendizaje significativo**. Nos esforzamos en ofrecer una metodología práctica.

**EMPATÍA**

Somos **inspiracionales** y trabajamos para **entender al alumno** y brindarle así un servicio pensado por y para él

A día de hoy, han pasado por nuestras aulas **más de 300.000 alumnos** provenientes de los 5 continentes. Euroinnova es actualmente una de las empresas con mayor índice de crecimiento y proyección en el panorama internacional.

Nuestro portfolio se compone de **cursos online, cursos homologados, baremables en oposiciones y formación superior de postgrado y máster.**



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Master en Ventas, Marketing y Publicidad + Titulación Universitaria

Ver curso en la web

Solicita información gratis

## Master en Ventas, Marketing y Publicidad + Titulación Universitaria



DURACIÓN  
725 horas



MODALIDAD  
Online



CRÉDITO  
5 ECTS

### CENTRO DE FORMACIÓN:

Euroinnova International  
Online Education



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## TITULACIÓN

Titulación Múltiple: - Titulación de Master en Ventas, Marketing y Publicidad con 600 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 Digital con 5 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Titulación Expedida por  
Euroinnova International  
Online Education

QUALIFICA2



Titulación Avalada para el  
Desarrollo de las Competencias  
Profesionales R.D. 1224/2009

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova International Online Education 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 Internaional Online Education y la Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Master en Ventas, Marketing y Publicidad + Titulación Universitaria

**Ver curso en la web**

**Solicita información gratis**



**EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION**

EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

**NOMBRE DEL ALUMNO/A**

con Número de Documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

**Nombre de la Acción Formativa**

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de EUROINNOVA en la convocatoria de XXX

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXXXXXX-XXXXXX

Con un nivel de aprovechamiento ALTO

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en

Granada, a (día) de (mes) del (año)

La Dirección General

NOMBRE DEL DIRECTOR ACADÉMICO



Sello

Firma del Alumno/a

NOMBRE DEL ALUMNO



El presente certificado de la acción formativa tiene carácter informativo y no constituye un título de validez o acreditación de ningún tipo. La información contenida en el presente certificado es de carácter informativo y no constituye un título de validez o acreditación de ningún tipo. La información contenida en el presente certificado es de carácter informativo y no constituye un título de validez o acreditación de ningún tipo. La información contenida en el presente certificado es de carácter informativo y no constituye un título de validez o acreditación de ningún tipo. La información contenida en el presente certificado es de carácter informativo y no constituye un título de validez o acreditación de ningún tipo.



## DESCRIPCIÓN

Este Master en Ventas, Marketing y Publicidad le ofrece una formación especializada en dicha materia. Si quiere conocer el entorno de las ventas y marketing y conocer las técnicas oportunas para desenvolverse de manera profesional en este entorno este es su momento, con el Curso de Técnico en Marketing y Jefe de Ventas podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta función de la mejor manera posible. En la actualidad, en el mundo del comercio y marketing, es muy importante conocer la gestión comercial de ventas dentro del área profesional de la compraventa, debido a que para conseguir las ventas finales es necesario implementar una estrategia de marketing que nos ayude a tener éxito en esta labor. Realizando este Master en Ventas, Marketing y Publicidad conocerá las técnicas y herramientas oportunas para desarrollar el aspecto de marketing enfocado a las ventas....

## OBJETIVOS

Los objetivos que se pretenden alcanzar con este master en publicidad y marketing a distancias son los siguientes: Programar la actuación en la venta a partir de parámetros comerciales definidos y el posicionamiento de empresa/entidad. Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización distintos de Internet. Gestionar la fuerza de ventas y coordinar al equipo de comerciales. Adoptar criterios comerciales en el diseño de páginas para la comercialización aplicando técnicas de venta adecuadas. Aplicar técnicas de merchandising para la animación del punto de venta a partir de distintos tipos de establecimiento: gran superficie, hipermercado, supermercado, centro comercial o tradicional e implantación comercial. Realizar presentaciones de distintos tipos de productos y servicios a la red de venta, aplicando técnicas de comunicación verbal y no verbal adecuadas y utilizando en su caso aplicaciones informáticas de presentación. Programar la actuación en la venta a partir de parámetros comerciales definidos y el posicionamiento de empresa/entidad. Confeccionar los documentos básicos derivados de la actuación en la venta. Realizar los cálculos derivados de operaciones de venta definidas. Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios. Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos. Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio postventa. Definir las variables y utilidades disponibles en Internet para la comercialización online de distintos tipos de productos y servicios. Adoptar criterios comerciales en el diseño de páginas. Aplicar procedimientos de seguimiento y atención al cliente siguiendo criterios y procedimientos establecidos en las situaciones comerciales online. Organizar los recursos humanos y técnicos necesarios para favorecer el desarrollo óptimo del plan de ventas. Liderar el equipo de comerciales facilitando su implicación y motivación para favorecer el cumplimiento de los objetivos del plan de ventas, valores e identidad corporativa. Establecer sistemas de seguimiento y control de los objetivos



marcados en el plan de actuación comercial para adoptar posibles medidas correctoras, aplicando criterios adecuados con la información que se quiere obtener. Supervisar el cumplimiento de objetivos y cuotas de venta del equipo comercial realizando la evaluación de las actividades y resultados para adoptar las posibles medidas correctoras y conseguir el máximo nivel de eficacia en la gestión comercial. Aplicar medidas correctoras a las desviaciones detectadas en el plan de ventas para optimizar la actividad comercial, de acuerdo con los objetivos establecidos. Procesar y organizar la información necesaria para el diseño y desarrollo de planes de formación y perfeccionamiento del equipo comercial a su cargo, de acuerdo con las necesidades detectadas y las especificaciones recibidas para mejorar su capacitación, eficacia y eficiencia. Determinar las líneas de actuación para la ejecución de las campañas promocionales de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de marketing. Implantar las acciones promocionales definidas por los responsables del propio establecimiento comercial o por cualquiera de los proveedores/fabricantes de productos aplicando las técnicas de merchandising adecuadas. Gestionar la selección y formación del personal de promoción necesario para el desarrollo de la campaña promocional, de acuerdo con las especificaciones definidas. Controlar la eficiencia de las acciones promocionales estableciendo medidas para optimizar la gestión de la actividad y alcanzar los objetivos previstos en el plan de marketing. Reconocer y poner en práctica los procesos que hacen que una empresa obtenga éxito a través de los diferentes medios que la Publicidad y el Marketing. Aprender a realizar correctamente campañas de Marketing y Publicidad.

## A QUIÉN VA DIRIGIDO

Este Master en Ventas, Marketing y Publicidad está dirigido a todos aquellos profesionales del departamento de marketing en empresas u organizaciones que quieran seguir formándose en la materia, así como a aquellas personas que se dediquen al área comercial y deseen adquirir conocimientos sobre el marketing y las ventas....

## PARA QUÉ TE PREPARA

Este Master en Ventas, Marketing y Publicidad está dirigido a todos aquellos profesionales del departamento de marketing en empresas u organizaciones que quieran seguir formándose en la materia, así como a aquellas personas que se dediquen al área comercial y deseen adquirir conocimientos sobre el marketing y las ventas



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Master en Ventas, Marketing y Publicidad + Titulación Universitaria

[Ver curso en la web](#)

[Solicita información gratis](#)

## SALIDAS LABORALES

Tras finalizar la presente formación, habrás adquirido las competencias necesarias para ejercer profesionalmente en los siguientes sectores: Marketing, Establecimientos comerciales, Comercio electrónico, Departamento comercial, Jefe de ventas.



## MATERIALES DIDÁCTICOS

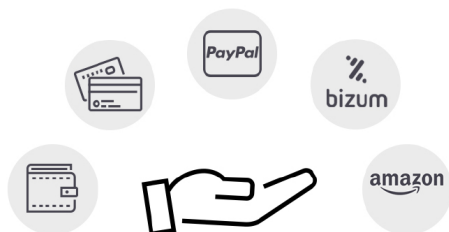
- Manual teórico: Marketing Digital
- Manual teórico: Venta Online
- Manual teórico: Organización de Procesos de Venta
- Manual teórico: Técnicas de Venta
- Manual teórico: Gestión de la Fuerza de Ventas y Equipos Comerciales
- Manual teórico: Promociones Comerciales
- Manual teórico: Gestión de Campañas de Marketing y Publicidad
- Manual teórico: Marketing y Jefe de Ventas. Volumen I
- Manual teórico: Marketing y Jefe de Ventas. Volumen II
- Manual teórico: Aplicación del coaching en el ámbito comercial
- Paquete SCORM: Marketing y Jefe de Ventas. Volumen II
- Paquete SCORM: Promociones Comerciales
- Paquete SCORM: Organización de Procesos de Venta
- Paquete SCORM: Técnicas de Venta
- Paquete SCORM: Venta Online
- Paquete SCORM: Gestión de Campañas de Marketing y Publicidad
- Paquete SCORM: Marketing y Jefe de Ventas. Volumen I
- Paquete SCORM: Aplicación del coaching en el ámbito comercial
- Paquete SCORM: Gestión de la Fuerza de Ventas y Equipos Comerciales
- Paquete SCORM: Marketing Digital



\* Envío de material didáctico solamente en España.

## FORMAS DE PAGO

- Tarjeta de crédito.
- Transferencia.
- Paypal.
- Bizum.
- PayU.
- Amazon Pay.



Matricúlate en cómodos  
Plazos sin intereses.

Fracciona tu pago con la  
garantía de

LLÁMANOS GRATIS AL +34 900 831 200



## FINANCIACIÓN Y BECAS

EUROINNOVA continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.

Euroinnova posibilita el acceso a la educación mediante la concesión de diferentes becas.

Además de estas ayudas, se ofrecen facilidades económicas y métodos de financiación personalizados **100 % sin intereses.**

**15%**BECA  
Amigo**20%**BECA  
Desempleados**15%**BECA  
Emprende**20%**BECA  
Antiguos  
Alumnos

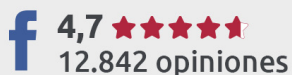
## LÍDERES EN FORMACIÓN ONLINE

# 7 Razones para confiar en Euroinnova

## 1 NUESTRA EXPERIENCIA

- ✓ Más de **20 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

### Las cifras nos avalan



## 2 NUESTRO EQUIPO

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por **más de 300 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 SIGNIFICATIVO

Con esta estrategia pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva del alumno.



### EQUIPO DOCENTE ESPECIALIZADO

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa

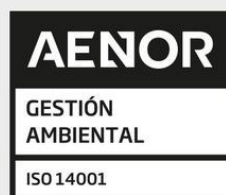


### NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante.

## 4 CALIDAD AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración Nº 9900000169 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 BOLSA DE EMPLEO Y PRÁCTICAS

Disponemos de Bolsa de Empleo propia con diferentes ofertas de trabajo, y facilitamos la realización de prácticas de empresa a nuestro alumnado.

Somos agencia de colaboración Nº 9900000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.





**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Master en Ventas, Marketing y Publicidad + Titulación Universitaria

[Ver curso en la web](#)

[Solicita información gratis](#)

# 7 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.





EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Master en Ventas, Marketing y Publicidad + Titulación Universitaria

Ver curso en la web

Solicita información gratis

## ALIANZAS Y ACREDITACIONES



## Programa Formativo

# PARTE 1. ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1. Fórmulas y formatos comerciales.
2. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial.
3. Estructura y proceso comercial en la empresa.
4. Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales.
5. Derechos del consumidor:

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1. El vendedor profesional.
2. Organización del trabajo del vendedor profesional.
3. Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas.

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

1. Documentos comerciales:
2. Documentos propios de la compraventa:
3. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial.
4. Elaboración de la documentación:
5. 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 2. 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. Características del producto según el CVP (Ciclo del vida de producto)
7. 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 LA VENTA.

1. Conflictos y reclamaciones en la venta
2. Gestión de quejas y reclamaciones.
3. Resolución de reclamaciones

## PARTE 3. VENTA ONLINE

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1. Las relaciones comerciales a través de Internet:
2. Utilidades de los sistemas online:
3. Modelos de comercio a través de Internet.
4. Servidores online:



## 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 4. GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. DETERMINACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.

1. Definición y conceptos clave.
2. Establecimiento de los objetivos de venta
3. Predicción de los objetivos ventas.
4. El sistema de dirección por objetivos

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECLUTAMIENTO Y RETRIBUCIÓN DE VENDEDORES

1. El reclutamiento del vendedor:
2. El proceso de selección de vendedores.
3. Sistemas de retribución de vendedores.
4. La acogida del vendedor en la empresa.

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS

1. Dinamización y dirección de equipos comerciales.
2. Estilos de mando y liderazgo.
3. Las funciones de un líder.
4. La Motivación y reanimación del equipo comercial.
5. El líder como mentor.

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL EQUIPO COMERCIAL

1. Evaluación del desempeño comercial:
2. Las variables de control.
3. Los parámetros de control.
4. Los instrumentos de control:
5. Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial:
6. Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente.

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMACIÓN Y HABILIDADES DEL EQUIPO DE VENTAS

1. Necesidad de la formación del equipo.
2. Modalidades de la formación,
3. La formación inicial del vendedor.
4. La formación permanente del equipo de ventas.

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL EQUIPO COMERCIAL.

1. Teoría del conflicto en entornos de trabajo.
2. Identificación del conflicto.
3. La resolución del conflicto.

# PARTE 5. PROMOCIONES COMERCIALES

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

1. Comunicación comercial:
2. Planificación de actividades promocionales según el público objetivo.
3. La promoción del fabricante y del establecimiento.
4. Formas de promoción dirigidas al consumidor:
5. Selección de acciones:
6. Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial:
7. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas.

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1. Definición y alcance del merchandising.
2. Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta:
3. Técnicas de rotulación y serigrafía:
4. Mensajes promocionales:
5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios.

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES

1. Criterios de control de las acciones promocionales.
2. Cálculo de índices y ratios económico-financieros
3. Análisis de resultados
4. Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta.
5. Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo.

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE

1. Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento.
2. Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.
3. Páginas web comerciales e informativas

4. Elementos de la tienda y/o espacio virtual
5. Elementos de la promoción on line.

## PARTE 6. MARKETING Y JEFE DE VENTAS

### MÓDULO 1. TÉCNICAS DE VENTA

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1. Estructura del entorno comercial
2. Fórmulas y formatos comerciales
3. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial
4. Estructura y proceso comercial en la empresa
5. Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales
6. Normativa general sobre comercio
7. Derechos del consumidor

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1. El vendedor profesional
2. Organización del trabajo del vendedor profesional
3. Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS

1. Dinamización y dirección de equipos comerciales.
2. Estilos de mando y liderazgo.
3. Las funciones de un líder.
4. La Motivación y reanimación del equipo comercial.
5. El líder como mentor.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. PROCESOS DE VENTA

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

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1. Presentación y demostración del producto/servicio.
2. Demostraciones ante un gran número de clientes.
3. Argumentación comercial.

4. Técnicas para la refutación de objeciones.
5. Técnicas de persuasión a la compra.
6. Ventas cruzadas.
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta.
8. Técnicas de comunicación no presenciales.

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

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

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

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

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

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

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

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

# MÓDULO 2. MARKETING

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. EJECUCIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING.

1. Fases del plan de marketing:
  1. - Diseño.
  2. - Implementación.
  3. - Control.

4. - Mejora Continua.
2. Negociación del plan de marketing en la empresa.
  1. - Formulación de la estrategia de marketing.
  2. - Definición de objetivos.
  3. - Modelos de organización empresarial e implantación del plan.
3. Recursos económicos para el plan de marketing.
  1. - El presupuesto del plan de marketing.
  2. - Cálculo de desviaciones de gastos.

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING.

1. Técnicas de seguimiento y control de las políticas de marketing.
  1. - Control del plan anual.
  2. - Control de rentabilidad.
  3. - Control de eficiencia.
  4. - Control estratégico.
2. Ratios de control del plan de marketing.
  1. - Beneficios.
  2. - Rentabilidad y participación en el mercado.
3. Análisis de retorno del plan de marketing.
  1. - Criterios a considerar.
4. Elaboración de informes de seguimiento.

## UNIDAD DIDÁCTICA 12. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA.

1. Concepto de marketing en el punto de venta:
  1. - Determinación de los objetivos de venta en el punto de venta.
  2. - Lanzamiento de nuevos productos y otras promociones.
2. Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta:
  1. - Análisis del consumidor en el punto de venta.
3. Análisis del punto de venta:
  1. - Superficie de venta: espacio y lineales.
  2. - Ubicación del producto: optimización del lineal y superficie de venta.
4. Gestión del surtido:
  1. - Conceptos de surtido.
  2. - Amplitud y profundidad del surtido.
  3. - Planogramas.
5. Animación del punto de venta:
  1. - Publicidad en el punto de venta (PLV): carteles.
  2. - El escaparate.

## UNIDAD DIDÁCTICA 13. MARKETING PROMOCIONAL.

1. Concepto y fines de la promoción:
  1. - Instrumentos de la promoción.
  2. - Objetivos de las acciones promocionales.
  3. - Tipos de promociones.
2. Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2×1, 3×2, otras.

3. Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimiento:
  1. - Clases de incentivos y promociones a los distribuidores y consumidores.
4. Promociones especiales.
5. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.
6. Acciones de marketing directo:
  1. - Posibilidades y características.
  2. - Evaluación y criterios de clasificación de clientes potenciales.
  3. - Legislación sobre protección de datos.
7. Acciones de promoción «on line»:
  1. - Internet como canal de información y comunicación de la empresa.
  2. - Herramientas de promoción «on line», sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 14. CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES.

1. Eficacia y eficiencia de la acción promocional:
  1. - Concepto de eficacia y eficiencia.
  2. - Indicadores para la evaluación de la eficacia y eficiencia de las acciones de marketing y promociones.
2. Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones:
  1. - margen bruto.
  2. - tasa de marca.
  3. - stock medio.
  4. - rotación de stock.
  5. - rentabilidad bruta.
3. Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales.
4. Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo.
  1. - Cronograma de la promoción e implantación de productos.
5. Informes de seguimiento de promociones comerciales:
  1. - Resultados.
  2. - Medidas correctoras de las desviaciones.

## PARTE 7. GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD

### MÓDULO 1. PUBLICIDAD

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PUBLICIDAD

1. Concepto de publicidad
2. Procesos de comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA EMPRESA ANUNCIANTE

1. El Departamento de Publicidad en la empresa
2. Selección de la empresa publicitaria

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA AGENCIA PUBLICITARIA

1. La Agencia de Publicidad
2. Estructura y funciones
3. Clasificación de agencias de publicidad

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD

1. Concepto y clasificación
2. Medios publicitarios
3. Internet y publicidad

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICIDAD Y MARKETING

1. Publicidad y marketing
2. Animación y marketing
3. Marketing directo
4. Telemarketing

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

1. Estrategias Publicitarias
2. La estrategia creativa
3. Estrategia de medios

# MÓDULO 2. MARKETING

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING: EL MERCADO

1. Concepto de mercado
2. División de mercado
3. Tipos de mercado
4. Ciclo de vida del producto
5. El precio del producto
6. Ley de oferta y demanda
7. El precio y la elasticidad de demanda
8. Comercialización y mercado
9. Posicionamiento

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL MARKETING EMPRESARIAL

1. Evolución del concepto y contenido del marketing
2. Alcance del marketing
3. Marketing y la dirección estratégica: las funciones de marketing estratégico y

marketing operativo

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PLAN DE MARKETING

1. Definición y ventajas
2. Características del plan
3. Estructura del plan de Marketing
4. Etapas para elaborar un plan de Marketing

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING SOCIAL

1. Características del Marketing Social
2. La Responsabilidad Social y la ética en el marketing
3. Tipos de marketing social
4. Marketing social y responsabilidad social

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

1. La Responsabilidad Social Corporativa y la ética
2. Ética y comportamiento humano
3. Tendencias actuales de la ética empresarial
4. El marco ético de la RSC
5. Elementos de la RSC
6. ¿Quién debe implementar la RSC? La peculiaridad de la PYME
7. La RSC en España
8. Concepto y tipología de los "stakeholders"
9. Herramientas de gestión de la RSC

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)

1. Medios sociales
2. Redes sociales

### UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)

1. Blogs
2. Microblogging
3. Wikis
4. Podcast
5. Plataformas de vídeo
6. Plataformas de fotografía



## UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING VIRAL. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES

1. ¿Qué es el marketing viral?
2. Procesos del marketing viral
3. La importancia de los contenidos en la Web
4. Estrategias de marketing y relaciones públicas
5. Marketing y las redes sociales

# PARTE 8. MARKETING DIGITAL

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MARKETING DIGITAL

1. Introducción
2. Concepto de Marketing Digital
3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
4. Ventajas del Marketing Digital
5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. POSICIONAMIENTO ORGÁNICO: SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEM: PERFORMAN MARKETING

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. INBOUND MARKETING

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. SOCIAL CRM

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. EMAIL MARKETING

1. Fundamentos del email marketing
2. Objetivos del email marketing
3. Estructura de un email
4. Tipos de campañas

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. E-COMMERCE

1. Auge del comercio online
2. Tipos de eCommerce
3. Atención al cliente
4. Embudos de conversión
5. Casos de éxito

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. COPYWRITING

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

# PARTE 9. APLICACIÓN DEL COACHING EN EL ÁMBITO COMERCIAL

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL COACHING COMERCIAL: LOS EQUIPOS DE VENTA

1. El equipo de ventas
2. Introducción al Coaching Comercial
3. Formación y entrenamiento en el Coaching para ventas
4. Formación en ventas para equipos comerciales
5. Funcionamiento y ventajas del Coaching Comercial en las empresas

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA CONSULTIVA Y LA VENTA CON PNL

1. La venta consultiva
  1. - Diferenciación con la venta tradicional
  2. - Características de la venta consultiva
2. ¿Qué es la Programación Neurolingüística?
  1. - Programación
  2. - Neuro
  3. - Lingüística
3. Objetivos de la PNL
4. ¿Cómo funciona la PNL? Principios
5. Marcos de la PNL
6. PNL y coaching
7. PNL y negocios
8. Formación en PNL para la venta

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LA VENTA

1. Introducción a la Inteligencia Emocional
2. La inteligencia emocional y la PNL
3. Importancia de la IE para los directivos
4. Componentes y competencias de la inteligencia emocional
  1. - Competencia personal
  2. - Competencia social
5. Desarrollo de la inteligencia emocional en la empresa
  1. - El papel de la inteligencia emocional en el departamento de Recursos Humanos
  2. - Trabajar la inteligencia emocional
6. Inteligencia emocional para la venta

## UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING Y COMUNICACIÓN

1. La comunicación como punto clave
2. Niveles de comunicación
  1. - Según la cantidad de miembros
  2. - Según la forma de comunicación

3. Habilidades conversacionales
4. Dificultades y obstáculos de la comunicación
5. La estrategia de marketing
  1. - Concepto y utilidad para las empresas
  2. - El plan de marketing
  3. - Variables de marketing mix
6. Política de producto
  1. - Caracterización de la política de producto
  2. - Posicionamiento del producto
7. Política de precio
8. Política de distribución
9. Política de comunicación o publicidad
  1. - Medios publicitarios y soportes
  2. - Contenido del mensaje
  3. - Las relaciones públicas y la promoción de ventas
10. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente
11. Formación en negociación para comerciales

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y GESTIÓN DE QUEJAS

1. Introducción a la atención al cliente
2. Asistencia al cliente
3. Satisfacción del cliente
4. Formas de hacer el seguimiento
5. Conceptualización de queja y objeción
6. Conceptualización de reclamación
7. Directrices en el tratamiento de quejas y objeciones
8. ¿Qué hacer ante el cliente?
9. ¿Qué no hacer ante el cliente?
10. Actitud ante las quejas y reclamaciones
11. Atención telefónica en el tratamiento de quejas
12. Fidelización de clientes

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL MERCADO: ESTUDIOS DE MERCADO

1. Introducción al mercado
2. División del mercado
3. Ley de oferta y demanda
4. Estudios de mercado
5. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
6. Objetivos de la investigación de mercados
7. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
8. La investigación en España. Las normas de AEDEMO
9. La investigación internacional. Las normas de ESOMAR



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Master en Ventas, Marketing y Publicidad + Titulación Universitaria

Ver curso en la web

Solicita información gratis

# Euroinnova

## International Online Education

*Esta es tu Escuela*



¿Te ha parecido interesante esta formación? Si aún tienes dudas, nuestro **equipo de asesoramiento académico** estará encantado de resolverlas. Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

**Solicita información sin compromiso.**

Llamadme gratis

¡Matricularme ya!