INESEM

BUSINESS SCHOOL

Máster en Gestión de Corredurias de Seguros + Titulacion Universitaria

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

Máster en Gestión de Corredurias de Seguros + Titulacion Universitaria

duración total: 725 horas ***horas teleformación:*** 300 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El presente Master en Gestión de Corredurias de Seguros le proporcionará una formación especializada en materia de correduría de seguros. El corredor de seguros se encarga de hacer de intermediario entre las compañías de seguros y los clientes, de tal manera que el corredor ha de conocer las necesidades del cliente así como las soluciones aseguradoras del mercado para poder proporcionar la mejor solución. El presente Master en Gestión de Corredurias de Seguros le proporcionará la formación necesaria para convertirse en un agente de seguros y poder realizar funciones de mediador. Si quiere desenvolverse profesionalmente en el entorno empresarial o cualquier otro ámbito en el que se necesiten dotes para realizar negociaciones este es su momento, con el Master en Gestión de Corredurias de Seguros podrá adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar esta función de la mejor manera posible. También, para obtener un resultado óptimo durante un proceso de negociación es fundamental conocer en profundidad todas las técnicas, esto facilitará llegar un acuerdo beneficioso para ambas partes, pudiéndose establecer una relación a largo plazo. También profundizaremos en cómo se desarrollan las principales Dinámicas de grupo que ayudarán al trabajo intraorganizacional e interorganizacional. De esta manera, el presente Master en Gestión de Corredurias de Seguros surge con el objetivo de satisfacer las actuales demandas formativas como consecuencia de los diferentes Planes de Formación.

a quién va dirigido

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

objetivos

- Conocer los seguros y los tipos de seguros.
- Conocer el contrato de seguro.
- Conocer la institución aseguradora.
- Conocer los trámites de siniestros.
- Conocer las funciones del corredor de seguros.
- Saber proporcionar un servicio de calidad.
- Instruir sobre como debe ser la atención al cliente.
- Informar sobre técnicas para mejorar la comunicación con el cliente.
- Conocer el perfil tanto del cliente como del vendedor.
- Aprender a dirigir y coordinar reuniones en el ámbito empresarial.
- Dominar las técnicas de negociación que permitan llegar a acuerdos beneficiosos.
- Conocer las dinámicas que tienen lugar en el seno del grupo y saber aplicar las técnicas grupales adecuadas en función de las características de éste y de los objetivos que se pretenden conseguir.
- Aprender a dirigir y coordinar reuniones en el ámbito empresarial.
- Dominar las técnicas de negociación que permitan llegar a acuerdos beneficiosos.
- Dotar al alumno de los conocimientos necesarios para gestionar sin problema los documentos propios de su puesto de trabajo y la gestión eficaz del tiempo de trabajo.
- Definir las técnicas de organización del tiempo para convertirse en un trabajador eficaz.
- Capacitar al alumno para aplicar diversas herramientas que estimulen un cambio de hábitos adaptables a la realidad personal y profesional.
- Comprender la trascendencia de las funciones y técnicas de gestión del tiempo y sus correspondientes efectos sobre el desarrollo del trabajo.
- Dirigir el departamento de recursos humanos.
- Reclutar y seleccionar personal.
- Realizar técnicas e-learning para mejorar la formación.
- Conocer las políticas de retribución.

para qué te prepara

El presente curso de Master en Gestión de Corredurias de Seguros le proporcionará la formación necesaria para convertirse en un experto corredor de seguros. La formación está enfocada para conocer diversos aspectos del corredor de seguros tales como: Conocer el contrato de seguros, las instituciones aseguradoras, conocer los trámites que han de darse en los siniestros. Además, este Master en Gestión de Corredurias de Seguros le prepara para que pueda conseguir los mejores resultados en las negociaciones para tu empresa y aprende a dirigir reuniones y equipos de trabajo de manera eficaz, así como capacitarle para establecer los planes de acción de forma ordenada y planificada, enseñándote a gestionar el tiempo del que dispones para cada una de las fases del plan o tareas de las que se compone.

salidas laborales

Corredor de Seguros, Agente de seguros, Empleado en Corredurías de Seguros, Profesional relacionado con el Comercio, Marketing, Asistencia Individualizada, Venta, etc. que estén interesados en la Calidad del Servicio y Atención al Cliente.
Empresas, Marketing, Recursos Humanos, etc. Administraciones Públicas, Directivos, Mandos intermedios, Responsables de Proyectos, Consultoras de comunicación y relaciones públicas, Responsables y técnicos del departamento de PRL, Salud Laboral y RRHH, coordinadores de equipos. Recursos humanos, Gestión laboral.

+ Información Gratis

titulación

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

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, 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 (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).

INESEM Instituto Europeo de Estudios Empresariales

INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

Centro de Formación Superior de POSTGRADO INESEM

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

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 INESEM en la convocatoria de XXXX
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

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

La direccion General | **Firma del alumno/a**

MARIA MORENO HIDALGO | **Sello** | NOMBRE DEL ALUMNO/A

forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

materiales didácticos

- Manual teórico 'Gestión del Tiempo y Planificación de Tareas'
- Manual teórico 'Técnicas de Venta y Administración Comercial'
- Manual teórico 'Dirección de Recursos Humanos'
- Manual teórico 'Técnicas de Negociación, Reuniones y Dinámicas de Grupo'
- Manual teórico 'Corredor de Seguros'
- Manual teórico 'Calidad en el Servicio de Atención del Cliente'

profesorado y servicio de tutorías

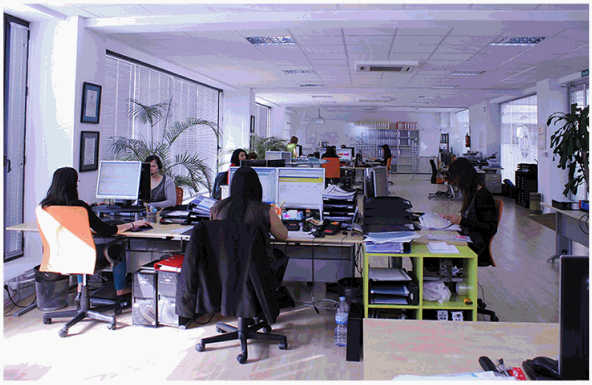
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de 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.

- **A través del Campus Virtual**: El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



plazo de finalización

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

campus virtual online

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de inesem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

comunidad

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.

secretaría

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

programa formativo

PARTE 1. CORREDOR DE SEGUROS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS SEGUROS

1.- ¿Qué es el Riesgo?
2.- La actitud frente al Riesgo
1.El seguro
    1.- El seguro en la gestión de los riesgos
    2.- ¿Qué riesgos se pueden asegurar?
    3.- La suma asegurada
    4.- Sobreseguro
    5.- Infraseguro
2.Los principios del seguro
    1.- Principio de solidaridad humana
    2.- Principio de indemnización
    3.- Actividad de servicios
    4.- Actividad Económica y Financiera
3.Comprar un seguro
    1.- Claves para comprar un seguro
    2.- La compra-venta del seguro
4.La protección del asegurado
    1.- ¿Cómo se realiza una reclamación de seguros?
5.Fraude y seguros
    1.- ¿En qué consiste el fraude en seguros?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE SEGUROS

1.Seguros Personales
    1.- Seguro de vida
    2.- Seguros de accidentes personales
    3.- Seguros de salud o enfermedad
2.Seguros de daños o patrimoniales
    1.- Seguros de incendios
    2.- Seguros de responsabilidad civil
    3.- Seguros de automóvil
    4.- Seguros Agrarios
    5.- Seguros de pérdidas pecuniarias diversas
    6.- Seguro de Robos
    7.- Seguros de crédito y caución
    8.- Seguros de Transportes
    9.- Seguros de Ingeniería
    10.- Seguro Multiriesgos
3.Seguros de Prestación de Servicios
    1.- Seguros de Defensa Jurídica
    2.- Seguro de Asistencia en Viaje
    3.- Seguro de Decesos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CONTRATO DE SEGURO. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

1.Concepto y características
2.Formas de protección. Transferencia del riesgo: el seguro
3.Ley de Contrato de Seguro. Disposiciones generales
4.Derechos y deberes de las partes
5.Elementos que conforman el contrato de seguro

+ Información Gratis

1.- Personales (asegurador, tomador, asegurado, beneficiario)

2.- Formales (póliza). Solicitud-propuesta-cuestionario, condiciones generales, condiciones particulares, condiciones especiales, suplementos o apéndices -modificaciones, ampliaciones, reducciones, suspensiones-, boletír de adhesión y certificado individual, cartas de garantías, el recibo del seguro

3.- Reales (prestación garantizada: capital, servicio, reposición, otros, coberturas). Exclusiones. Normativa aplicable, las bases técnicas del seguro -cálculo de probabilidades, estadística, las provisiones y su inversión, el marg de solvencia y el fondo de garantía-, las tarifas, la prima del seguro. -Tipos: fija, variable, única, periódica, inicial, sucesivas, fraccionada, fraccionaria, nivelada, pura, de inventario, de tarifa, total-, la duración del contrato de seguro. Material y formal, prórroga tácita, tiempo, forma y lugar de pago.

4.- Materiales (objeto del seguro, interés asegurado y principio indemnizatorio)

6.Fórmulas de aseguramiento

1.- Valor real o de reposición, de uso, de nuevo y estimado

2.- Total, parcial, a primer riesgo

3.- Infraseguro, sobreseguro, seguro pleno

4.- Regla proporcional

5.- Regla de equidad

6.- Franquicia: dineraria, porcentual, temporal, plazos de carencia

7.Clases de pólizas

1.- Individuales y colectivas

2.- Simples y combinadas

3.- Nominativas, a la orden, al portador

4.- Ordinarias, abiertas, flotantes

8.Clasificación y modalidades de seguro

9.8.1 El seguro sobre las personas (vida-ahorro, riesgo y mixto-, accidentes, enfermedad, asistencia sanitaria, decesos)

1.- Seguro contra daños materiales (incendio, robo, cristales, transportes de mercancías, agrarios combinados, cascos (vehículos terrestres, ferroviarios, aéreos, marítimos, lacustres y fluviales))

2.- Seguros contra el patrimonio (responsabilidad civil, crédito, caución, pérdidas pecuniarias diversas, defensa jurídica, asistencia)

3.- Seguros combinados o multirriesgos: hogar, comercio, comunidades, industriales, vehículos, embarcaciones, otros

4.- Seguro de riesgos extraordinarios

5.- Seguros obligatorios y voluntarios

10.Disposiciones Generales de la Protección de Datos de Carácter Personal

1.- La Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal

2.- Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal

11.Principios que rigen en materia de protección de datos de carácter personal

12.La Agencia Española de Protección de Datos

1.- Órganos que interviene en el funcionamiento de la Agencia Española de Protección de Datos

2.- La Agencia de Protección de Datos en las Comunidades Autónomas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INSTITUCIÓN ASEGURADORA

1.La Institución Aseguradora: objetivo y principios

2.Aspectos técnicos del contrato de seguro: bases técnicas y provisiones

1.- Bases técnicas

2.- Provisiones Técnicas

3.La distribución del riesgo entre aseguradores: coaseguro y reaseguro

4.El sistema financiero español y europeo

1.- Entidades públicas y privadas que lo componen

2.- Características, estructura, evolución, elementos y funciones

5.Normativa general europea de seguros privados. Directivas

6.Normativa española de seguros privados

1.- Ley de Contrato de seguro
2.- Ley de Ordenación y Supervisión del Seguro Privado
3.- Ley de Mediación de Seguros y Reaseguros
4.- Código de Comercio, otros

7.El mercado único de seguros en la UE (EEE)
8.Derecho de establecimiento y libre prestación de servicios en la UE
9.La actividad de mediación de seguros y reaseguros en el Mercado Único
1.- Organigrama del sector seguros en España
10.Organismos reguladores
1.- Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones
2.- Registro administrativo especial de mediadores de seguros, corredores de reaseguros y de sus altos cargos
3.- PUI de mediadores de seguros y reaseguros (Dirección General de Seguros y/o comunidades autónomas)
4.- Consorcio de Compensación de Seguros
5.- Junta Consultiva de Seguros
11.Elaboración y presentación de informes del análisis del sector y entorno nacional y europeo de seguros
12.El Blanqueo de capitales
13.Clases de mediadores. Funciones, forma jurídica y actividades
1.- Agentes: Agente de seguros exclusivo. Agente de seguros vinculado a varias entidades aseguradoras
2.- Operador de banca-seguros: Operador de banca-seguros exclusivo. Operador de banca-seguros vinculado
3.- Corredores: Corredor de seguros. Corredor de reaseguros
4.- Auxiliares externos de los mediadores de seguros
14.Los canales de distribución del seguro de la actividad de mediación
1.- Canal tradicional
2.- Distribución en el sector financiero
3.- Otros canales de distribución
15.Gerencia de Riesgos
1.- El riesgo. Concepto
2.- Tratamiento del riesgo: identificación-clasificación, análisis-selección, evaluación-vigilancia
3.- Metodología y sistemas. Desglose de tareas, diagramas, técnicas cualitativas, cuantitativas, árboles de decisión, simulación, modelización, otros, mapa, lista y plan de riesgos
4.- La transferencia de riesgos. El outsourcing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING

1.Estructuras comerciales en el sector seguros
1.- El ciclo de la gestión comercial en el sector
2.- Proceso y fases en la venta en seguros
2.Marketing de servicios y marketing de seguros
1.- Concepto de marketing
2.- Marketing interactivo
3.- Marketing interno
4.- El marketing mix en seguros. Concepto y elementos operativos
3.El plan de marketing en seguros
1.- Análisis de la situación
2.- Estrategia de marketing
3.- Determinación del sistema de promoción
4.- Tácticas de marketing (marketing-mix)
4.Investigación y segmentación de mercados
1.- El mercado de referencia
2.- El análisis de la situación del mercado objetivo
3.- Análisis del entorno
4.- Investigación de mercados
5.- La segmentación de mercados
6.- Mercado teórico, actual, potencial y futuro. La competencia

7.- Aplicación de técnicas de segmentación e investigación de mercados de la actividad de mediación: DAFO, características generales, oferta y demanda de productos de seguros y reaseguro, posicionamiento

5.El producto y la política de precios

1.- El concepto de producto

2.- La percepción del producto por el consumidor

3.- La rentabilidad del producto y su ciclo de vida

4.- El precio del producto: las primas

6.La distribución en el sector de los seguros

1.- La distribución del producto

2.- La venta personal como estrategia de distribución

3.- La figura del inspector y sus funciones como motor de la acción comercial

4.- La venta directa o marketing directo

7.La comunicación como variable del marketing-mix

8.La comunicación

1.- Las acciones promocionales

2.- La comunicación publicitaria

3.- Otras formas específicas de comunicación

4.- Imagen y situación en el mercado

9.Prospección y análisis de cartera de clientes de la actividad de mediación de seguros y reaseguros

1.- Las fuentes de información en el sector seguros

2.- Bases de datos de clientes

10.El cliente. Necesidades y motivaciones de compra. Hábitos y comportamientos

1.- Criterios de segmentación: características personales, socioeconómicas, volumen de primas contratadas, propensión a la compra, riesgos

2.- Variables de decisión en la contratación de seguros y reaseguros

3.- Previsiones de la evolución de la cartera

4.- Revisión sistemática de la cartera

5.- Planificación de visitas y entrevistas de venta de seguros, presenciales o telefónicas en la actividad de mediación de seguros y reaseguros

6.- El control de la producción

7.- Índice de aprovechamiento del mercado

11.El servicio de asistencia al cliente

1.- El servicio integral: acercamiento, emisión de la póliza, pago de primas, siniestros (asistencia al cliente, liquidación)

12.La fidelización del cliente

1.- Técnicas de fidelización

2.- Acciones de seguimiento: ratios de eficacia, nivel de aseguramiento, actualización de coberturas, nuevas necesidades personales y profesionales

13.Estrategias de desarrollo de cartera y nueva producción de la actividad de mediación de seguros y reaseguros

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TRAMITACIÓN DE SINIESTROS

1.Obligaciones del tomador

2.Obligaciones del asegurador

3.Pérdida de prestaciones

4.Determinación de los daños

5.Determinación de la indemnización

6.Normas para determinar la indemnización

7.Subrogación, repetición y prescripción

8.Siniestro de automóviles

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROTECCIÓN Y CONDUCTA

1.Protección y conducta

2.Protección de datos

1.- Principio de la formativa de protección de datos

3.Secreto Bancario
1.- Debe ser Confidencial
2.- Comunicaciones Judiciales
4.Prevención del Blanqueo de capitales
1.- El Blanqueo de Dinero
2.- Colaboración del Sistema Financiero en la prevención
5.Protección de los Consumidores
1.- Defensa de los consumidores y usuarios
2.- Normativa de crédito al consumo
3.- El consumidor
4.- Forma y contenido del contrato
5.- Publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS AGENTES DE SEGUROS

1.Agentes de seguros
2.Visión general sobre la labor de asesoramiento por parte de los mediadores
3.El asesoramiento por parte del Agente de Seguros
4.Protección del Cliente y de los datos
5.5.1 Protección del Cliente
6.5.2 Protección de los datos
7.Conclusiones sobre la labor de asesoramiento por parte de los Agentes de Seguros

UNIDAD DIDÁCTICA 9. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL

1.¿Qué son las habilidades sociales?
1.- Cómo se desarrollan las habilidades sociales
2.- Habilidades sociales en las reuniones de trabajo
3.- La empatía
4.- La asertividad
5.- La autoestima
2.Escucha activa
3.Lenguaje corporal
1.- Expresión facial
2.- Contacto visual
3.- Postura del cuerpo
4.- Gestos y movimientos
5.- Distancias
6.- Lenguaje de las manos
7.- La sonrisa
8.- Nuestra imagen

UNIDAD DIDÁCTICA 10. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1.Principales causas de la insatisfacción del cliente
2.La excelencia en la atención al cliente
1.- Elementos de la calidad en la atención
3.Causas de la Lealtad
1.- La promoción
2.- Reglas básicas para hacer una promoción de fidelización
4.Consecuencias de la Lealtad
5.La escalera de la lealtad
1.- Los peldaños de la escalera
2.- Conseguir el cliente abogado
3.- Los clientes rentables
6.Programas de Fidelización

PARTE 2. TÉCNICAS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN

+ Información Gratis

COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TEORÍAS DE LA VENTA. EL VENDEDOR

1.Introducción
2.Teorías de la venta
3.¿Quien es el/la vendedor/a?
4.Clases de vendedores/as
5.Actividades del vendedor/a
6.Características del buen vendedor/a
7.Los conocimientos del vendedor/a
8.La persona con capacidad de persuasión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL SERVICIO, ASISTENCIA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE/A

1.Introducción
2.La satisfacción del cliente/a
3.Formas de hacer el seguimiento
4.El servicio postventa
5.Asistencia al cliente/a
6.Información y formación al cliente/a
7.Tratamiento de las Reclamaciones
8.Cómo conseguir la satisfacción del cliente/a
9.Tratamiento de dudas y objeciones
10.Reclamaciones
11.Cara a cara o por teléfono

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE VENTAS. LA PLATAFORMA COMERCIAL Y PLAN DE ACCIÓN

1.Venta directa
2.Venta a distancia
3.Venta multinivel
4.Venta personal
5.Otros tipos de venta
6.La plataforma comercial
7.El/la cliente/a actual
8.El/la cliente/a potencial
9.La entrevista de ventas. Plan de acción
10.Prospección
11.Cómo debe reaccionar el vendedor/a ante las objeciones
12.Seis fórmulas para cerrar
13.La Despedida
14.Venta a grupos
15.Venta por Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROCESO DE DECISIÓN E INFLUENCIAS DE COMPRA EN EL MERCADO

1.Introducción
2.Reconocimiento del Problema
3.Tipos de decisiones
4.Búsqueda de información
5.La elección del establecimiento
6.La elección de la marca
7.Compras racionales e irracionales
8.Las compras impulsivas
9.Evaluación de la postcompra
10.Influencias del proceso de compra
11.Variables que influyen en el proceso de compra

+ Información Gratis

12.La segmentación del mercado
13.Criterios de segmentación
14.Tipología humana
15.Información personal previa que se pede obtener de los/as clientes/as
16.Tipologías de los/as clientes/as
17.Clasificación sobre tipos de clientes/as
18.Motivaciones psicológicas del consumidor/a
19.Necesidades fisiológicas
20.Necesidades de seguridad
21.Necesidades sociales
22.Necesidades de reconocimiento/estima
23.Necesidades de autoesperación/auto realización
24.La teoría de los factores, de herzberg

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMUNICACIÓN ORAL, EXPRESIÓN ESCRITA Y ESCUCHA EN LA VENTA

1.Introducción
2.Defectos frecuentes por parte del/la que habla
3.Defectos frecuentes por parte del/la oyente
4.Leyes de la Comunicación
5.Principios de la Comunicación
6.El proceso de comunicación
7.Mensajes que facilitan el diálogo
8.La retroalimentación
9.Ruidos y barreras en la comunicación
10.Cómo superar las barreras en la comunicación
11.La expresión oral en la venta
12.Cómo llevar a cabo la expresión oral en la venta
13.La expresión escrita en la venta
14.Las veinte sugerencias para la comunicación escrita
15.La escucha en la venta
16.Como mejorar la capacidad de escuchar
17.Tipos de Preguntas
18.La comunicación no verbal
19.Emitiendo señales, creando impresiones
20.Los principales componentes no verbales
21.La asertividad
22.Tipología de personas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CENTROS COMERCIALES

1.Centros comerciales
2.Competencia con otras tiendas del centro comercial
3.Campañas comerciales
4.Comisiones de vendedores
5.Horarios de centros comerciales y festivos
6.Jefes de sección

PARTE 3. CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. POR QUÉ LA CALIDAD

1.Conceptos Generales.
2.Definiciones de "Calidad".
3.Evolución de la Calidad.

4.Cuánta Calidad Ofrecer.
5.Costes de calidad.
6.Que es un sistema de gestión de la calidad. Historia.
7.Ocho principios de gestión de la calidad.
8.Beneficios de un sistema de gestión de calidad.
9.Círculos de control de calidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DECISIONES QUE INFLUYEN AL CLIENTE.

1.Las decisiones sobre los productos.
2.Las decisiones sobre distribución.
3.Las decisiones sobre precios.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

1.Servicio al cliente.
2.La calidad del servicio al cliente.
3.Asistencia al cliente.
4.Indicaciones de la asistencia al cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CALIDAD PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE.

1.Introducción.
2.Herramientas de medida de la calidad percibida.
3.Calidad percibida por el consumidor.
4.Calidad de servicio.
5.¿Por qué medir la calidad percibida?
6.¿Por qué resulta difícil medir la calidad percibida?
7.Herramientas para medir la satisfacción del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CLIENTE

1.El cliente.
2.Comportamiento del cliente.
3.Necesidades del cliente.
4.Tipos de clientes.
5.Análisis de comportamiento del cliente.
6.Factores de influencia en la conducta del cliente.
7.Modelos de comportamiento del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL VENDEDOR

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.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN VERBAL

1.Introducción.
2.Defectos frecuentes de la comunicación.
3.Leyes de la Comunicación.
4.Principios de la Comunicación.
5.El proceso de Comunicación.
6.Mensajes que faciliten el diálogo.
7.Obstructores de la Comunicación.
8.La retroalimentación.
9.Ruidos y barreras en la Comunicación.
10.La expresión oral en la venta
11.Veinte sugerencias para la Comunicación oral
12.Conclusión: consejos prácticas para mejorar la Comunicación.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ACTITUD Y COMUNICACIÓN NO VERBAL.

1.Introducción.
2.¿Qué es la Comunicación no verbal?
3.Componentes de la Comunicación no verbal.
4.El contacto visual.
5.La proxémica.
6.La postura y la posición.
7.Bloqueos y barreras corporales.
8.Los gestos.
9.El apretón de manos.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TRATAMIENTO DE QUEJAS, DUDAS, RECLAMACIONES Y OBJECIONES.

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

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEGURIDAD E HIGIENE

1.Seguridad; los riesgos.
2.Higiene y calidad del ambiente.
3.Comfort y ambientes de trabajo.
4.Métodos de conservación y manipulación de alimentos.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SIGLO XXI

PARTE 4. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS REUNIONES

1.Introducción
2.Tipos de reuniones
3.Terminología usada en las reuniones, juntas y asambleas
4.Etapas de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1.Definición de los objetivos
2.Definición de los contenidos
3.Elección de los participantes
4.Definición de la metodología
5.Definición del marco de acción
6.Elaboración de la convocatoria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIRECCIÓN DE REUNIONES, DESARROLLO Y CIERRE DE LA REUNIÓN

1.Realizar la presentación
2.El arte de preguntar y responder
3.Clases de preguntas
4.Cómo formular preguntas
5.Cómo responder preguntas
6.Intervención de los participantes
7.Utilización de medios técnicos y audiovisuales
8.Reuniones presenciales
9.Reuniones a distancia
10.Cierre de la reunión
11.Elaboración del acta de reunión

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE REUNIONES (I)

1.¿Qué son las habilidades sociales?
2.La asertividad
3.Conducta inhibida, asertiva y agresiva
4.Entrenamiento en asertividad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LAS HABILIDADES SOCIALES EN LA GESTIÓN DE REUNIONES (II)

1.La empatía
2.La escucha activa
3.La autoestima
4.¿Qué es la autoestima?
5.¿Cómo se forma la autoestima?
6.Técnicas para mejorar la autoestima

UNIDAD DIDÁCTICA 6. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y TOMA DE DECISIONES

1.Habilidades de resolución de problemas
2.Técnicas básicas de resolución de problemas
3.Técnicas más usadas para la resolución de problemas
4.Método de D'Zurilla y Nezu (1982)
5.El análisis de decisiones
6.Toma de decisiones: el proceso de decisión
7.El proceso de decisión
8.Tomar las decisiones en grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA NEGOCIACIÓN

1.Concepto de negociación
2.Estilos de negociación
3.Los caminos de la negociación
4.Fases de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

1.Estrategias de negociación
2.Tácticas de negociación
3.Cuestiones prácticas
4.Lugar de negociación
5.Iniciar la negociación
6.Claves de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA COMUNICACIÓN

1.El proceso de comunicación
2.Tipos de comunicación
3.Barreras de la comunicación
4.La comunicación efectiva
5.Aspectos importantes en la interacción con el interlocutor

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL GRUPO

1.¿Qué es un grupo?
2.Concepto de grupo
3.Características de los grupos
4.Funciones de los grupos
5.Clasificación de los grupos
6.Clasificación general de los grupos sociales
7.Clasificación según la estructura: grupos formales e informales
8.Clasificación según su identificación: grupos de pertenencia y de referencia
9.Clasificación según la socialización: grupos primarios y secundarios
10.Estructura de los grupos
11.Formación y desarrollo de los grupos

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LAS RELACIONES GRUPALES

1.El funcionamiento del grupo
2.Principios de funcionamiento del grupo
3.Condiciones básicas para la acción del grupo
4.Relaciones entre grupos y conducta intergrupal
5.El rol en el grupo
6.El liderazgo en el grupo
7.Concepto de liderazgo
8.Estilos de liderazgo
9.El papel del líder
10.La comunicación en el grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA DINÁMICA DE GRUPOS

1.¿Qué es la dinámica de grupos?
2.Definición
3.Orígenes históricos
4.¿Qué son las técnicas grupales?
5.Definición y objetivos de las técnicas grupales
6.Utilidad de las técnicas grupales
7.Clasificación de las técnicas grupales
8.Fundamentos de selección y aplicación de las técnicas grupales
9.Criterios de selección de la técnica
10.Normas generales para el uso de las técnicas de grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LAS TÉCNICAS GRUPALES EN LA ORGANIZACIÓN

1.Técnicas de grupo grande
2.Asamblea
3.Congreso
4.Conferencia
5.Técnicas de grupo mediano
6.Grupo de discusión (mediano o grande)
7.Comisión (grupo mediano y grande)
8.Mesa redonda
9.Técnicas de grupo pequeño
10.Clínica del rumor (de grandes a pequeños grupos)
11.Cuchicheo (para grupos pequeños, medianos y grandes)
12.Técnicas de trabajo o producción grupal
13.Role-playing
14.Phillips 6.6
15.Foro
16.Diálogos simultáneos
17.Técnicas de dinamización grupal
18.Técnicas de iniciación grupal o presentación
19.Técnicas de conocimiento y confianza
20.Técnicas para estimular la creatividad
21.Técnicas para el estudio y trabajo de temas
22.Técnicas de evaluación grupal

PARTE 5. GESTIÓN DEL TIEMPO Y PLANIFICACIÓN DE TAREAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA TEMPORALIZACIÓN

1.Introducción.

+ Información Gratis

2.¿Qué es el tiempo?
3.Contextualización histórica.
4.El tiempo en la actualidad.
5.Clasificación del tiempo.
6.El tiempo como recurso de la empresa.
7.Análisis y diagnóstico sobre el uso del tiempo.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. AUTOCONOCIMIENTO Y GESTIÓN DEL TIEMPO

1.Introducción.
2.Diferentes hábitos inadecuados.
3.Tiempo de dedicación y tiempo de rendimiento.
4.Cansancio y rendimiento.
5.Influencia del entorno laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS LADRONES DEL TIEMPO

1.Introducción.
2.Interrupciones.
3.Imprevistos.
4.Reuniones.
5.Papeleo.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN DEL TIEMPO

1.Introducción.
2.Planteamiento de los objetivos.
3.Cómo programar el tiempo.
4.Las TIC a nuestro servicio.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DELEGACIÓN DE LAS TAREAS

1.Introducción.
2.Ventajas de la delegación.
3.Las fases de la delegación.
4.Qué tareas delegar.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS PARA LA ORGANIZACIÓN DE LAS REUNIONES

1.Realizar la presentación.
2.El arte de preguntar y responder.
3.Intervención de los participantes.
4.Utilización de medios técnicos y audiovisuales.
5.Cierre de la reunión.
6.Elaboración del acta de reunión.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BURNOUT

1.¿Qué es el Burnout?
2.Tipos de Burnout.
3.Fases del Burnout.
4.Causas del Burnout.
5.Síntomas del Burnout.
6.Consecuencias del Burnout.
7.Relaciones entre Estrés y Burnout.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA AUTOESTIMA: CONCEPTOS CLAVES PARA LUCHAR CONTRA EL ESTRÉS

1.Definición de autoestima: autoestima alta, baja y su desarrollo.
2.Auto-respeto.
3.Cómo hacer frente a las críticas. Responder a las quejas.
4.Creatividad y Auto-realización en el trabajo.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PREVENCIÓN Y MANEJO DEL ESTRÉS LABORAL

1.Medidas de prevención e intervención.
2.Técnicas para la prevención del estrés.

3.Intervenciones en situaciones de crisis.

PARTE 6. DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

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

1.La importancia de las organizaciones.
2.Aproximación conceptual a la organización.
3.Tipos de organizaciones.
4.La estructura.
5.Cambio y desarrollo en la organización.
6.El coach como agente de cambio.
7.Impactos derivados de la introducción de una cultura de coaching.
8.Profesionales con vocación de persona.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RRHH

1.Conceptualización
2.Perspectivas en la dirección estratégica de los recursos humanos
3.La relación entre la estrategia empresarial y la de recursos humanos
4.Modelos de gestión estratégica de RRHH
5.Proceso de DERRHH
6.Barreras a la DERRHH

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NUEVOS RETOS DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

1.Wellbeing: el bienestar en el trabajo
2.El clima laboral y productividad 2.0
3.El empowerment o empoderamiento
4.De la ética empresarial a la responsabilidad social corporativa
5.La consultoría de Recursos Humanos
6.El responsable de Recursos Humanos como arquitecto de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

1.La importancia del profesiograma
2.El proceso de reclutamiento
3.Canales de reclutamiento
4.Tipos de reclutamiento
5.El proceso de selección
6.Test de selección
7.La entrevista laboral
8.Entrevistas estructuradas
9.Dinámicas de Grupo
10.Plan de acogida

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ESTRATEGIA DE RECLUTAMIENTO 3.0

1.El uso de las nuevas tecnologías en la búsqueda de trabajo.
2.La estrategia del Employer Branding.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE E-LEARNING PARA APOYAR LA FORMACIÓN

1.Introducción.
2.Internet va a incidir decisivamente en la forma de enseñar y aprender.
3.Marco teórico.
4.Ventajas del e-learning en la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SISTEMAS DE FORMACIÓN

1.La formación como opción estratégica
2.Diagnóstico de las necesidades de formación
3.La elaboración del plan de formación
4.Diseño y gestión de las acciones formativas
5.Financiación de la formación continua

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS

1.Las competencias, un nuevo enfoque para la gestión empresarial.
2.Competencias en el contexto laboral
3.¿Cómo se adquieren las competencias?
4.Competencias. Tipología y significado

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN POR COMPETENCIAS. IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS

1.Gestión por competencias.
2.Objetivos del proceso de gestión por competencias.
3.Características de la gestión por competencias.
4.Beneficios del modelo de gestión por competencias.
5.Definición e implantación de un sistema de gestión por competencias.
6.Políticas o estrategias de un sistema de gestión por competencias.
7.Metacompetencias.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. POLÍTICA DE RETRIBUCIÓN

1.Importancia de la política retributiva
2.Objetivos del sistema retributivo
3.Elementos del paquete retributivo
4.Factores que afectan al diseño de la estrategia de retribuciones
5.Evaluación del desempeño por competencias y retribución

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA MOTIVACIÓN EN LA EMPRESA.

1.Teorías de la Motivación.
2.Tipos de motivación y estándares de eficacia.