INESEM

BUSINESS SCHOOL

Coach Comercial + Titulación Universitaria

+ Información Gratis

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

Coach Comercial + Titulación Universitaria

duración total: 325 horas ***horas teleformación:*** 100 horas

precio: 0 € *

modalidad: Online

* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

descripción

El coach comercial es una herramienta esencial en lo que respecta a la formación de los equipos comerciales, y fuerza de ventas. A través de herramientas de coaching, es posible aumentar la eficacia y eficiencia de los diferentes departamentos comerciales. Una buena formación comercial es el éxito de la excelencia comercial.

a quién va dirigido

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

objetivos

- Aprender a utilizar el proceso de venta consultiva de forma adecuada.
- Analizar la eficacia comercial a través de las herramientas PNL.
- Gestionar las emociones de los clientes a través de la inteligencia emocional.
- Analizar estrategias de marketing y comunicación, para llevar a cabo el proceso de venta.
- Conocer la importancia de los estudios de mercado y su relación con el éxito comercial.

para qué te prepara

El presente curso dotará al alumno de todos los conceptos, conocimientos y procedimientos, que necesita para ejercer su profesión en lo que respecta al coaching comercial y a la formación de ventas, llevando a cabo una serie de comportamientos y conductas, que marcaran el éxito profesional.

salidas laborales

Desarrolla su actividad profesional tanto por cuenta propia como integrado en empresas públicas o privadas, dedicadas a la gestión de recursos humanos, dirección de pymes, gerencia, así como a la dirección comercial.

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 'Coaching y Mentoring'

- Manual teórico 'Aplicación del coaching en el ámbito comercial'

profesorado y servicio de tutorías

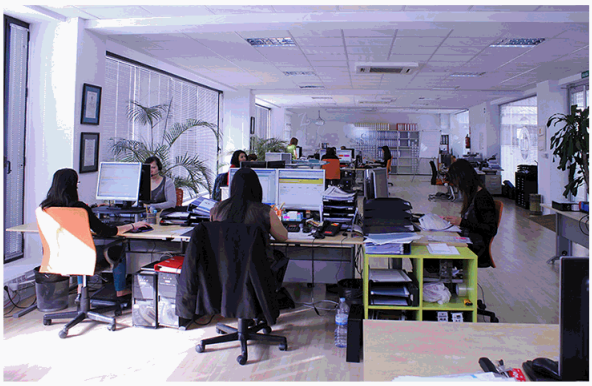
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “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



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

+ Información Gratis

programa formativo

MÓDULO 1. COACHING Y MENTORING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL COACHING?

1.El cambio, la crisis y la construcción de la identidad
2.Concepto de coaching
3.Etimología del coaching
4.Influencias del coaching
5.Diferencias del coaching con otras prácticas
6.Corrientes actuales de coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 2. IMPORTANCIA DEL COACHING

1.¿Por qué es importante el coaching?
2.Principios y valores
3.Tipos de coaching
4.Beneficios de un coaching eficaz
5.Mitos sobre coaching

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL COACHING I

1.Introducción: los elementos claves para el éxito
2.Motivación
3.Autoestima
4.Autoconfianza

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS FUNDAMENTALES DEL COACHING II

1.Responsabilidad y compromiso
2.Acción
3.Creatividad
4.Contenido y proceso
5.Posición “meta”
6.Duelo y cambio

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ÉTICA Y COACHING

1.Liderazgo, poder y ética
2.Confidencialidad del Proceso
3.Ética y Deontología del coach
4.Código Deontológico del Coach
5.Código Ético

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COACHING COMO AYUDA AL LIDERAZGO DE EMPRESA

1.El coaching como ayuda a la formación del liderazgo.
2.El coaching como estilo de liderazgo.
3.El coach como líder y formador de líderes.
4.Cualidades del líder que ejerce como coach

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HERRAMIENTAS DE COACHING EJECUTIVO

1.El coaching ejecutivo
2.Cualidades y competencias.
3.Desarrollo de formación y experiencia empresarial
4.Dificultades del directivo. Errores más comunes.
5.Instrumentos y herramientas de medición del coaching ejecutivo.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA MEJORA DEL FUNCIONAMIENTO DEL EQUIPO

1.Adaptación y aprendizaje: Los Programas de entrenamiento
2.Las principales técnicas de desarrollo en equipo

+ Información Gratis

UNIDAD DIDÁCTICA 9. QUÉ ES EL MENTORING

1.Antecedentes del mentoring y término
2.Definiciones de mentoring
3.Orientación del mentoring
4.Bases del mentoring
5.Mentoting vs coaching
6.Por qué usar mentoring

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CLASES DE MENTORING.

1.Mentoring situacional
2.Mentoring informal
3.Mentoring formal

UNIDAD DIDÁCTICA 11.CREACIÓN Y DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE MENTORING.

1.Detección y análisis de necesidades
2.Estructura del programa de mentoring
3.Comunicación y expansión del programa
4.Gestíon íntegra del mentoring

MÓDULO 2. 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

+ Información Gratis

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