



**ESIBE** ESCUELA  
IBEROAMERICANA  
DE POSTGRADO



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



# FORMACIÓN ONLINE

## Maestría Internacional en Psicología y Técnicas de Venta



## ESIBE Formación Online

### **SOBRE ESIBE**

ESIBE nace del afán por crear un punto de encuentro entre Europa, en concreto España, y Latinoamérica.

A raíz de este reto, desarrollamos una nueva oferta formativa, marcada por ser en línea y unos contenidos de gran calidad que te permitirán obtener los conocimientos que necesitas para especializarte en tu campo.

Además, hemos diseñado para ti un campus con la última tecnología en sistemas que recoge todos los materiales que te serán útiles en tu adquisición de nuevas titulaciones.

Las Titulaciones acreditadas por ESIBE pueden certificarse con la Apostilla (Certificación Oficial de Carácter Internacional que le da validez a las Titulaciones en más de 160 países de todo el mundo).

Hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado puede acceder superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que cubrimos todas las áreas del saber y, con la garantía de aprender las habilidades y conocimientos que realmente demandados en el mercado laboral.

Nuestro centro forma parte del grupo educativo Euroinnova, líder en el sector gracias a su contenido de calidad e innovadora metodología con 20 años de experiencia. ESIBE cuenta con el respaldo de INESEM, reconocida escuela de negocios Euroinnova, centro formativo con más de 300.000 alumnos de los cinco continentes. Además, ESIBE imparte formaciones avaladas por Universidades de prestigio como Universidad Nebrija, Universidad Europea Miguel de Cervantes o Universidad E-Campus.

No somos solo una escuela, somos el lugar ideal donde formarte.

ESIBE se basa en una metodología completamente a la vanguardia educativa

## Maestría Internacional en Psicología y Técnicas de Venta



**DURACIÓN:**  
600 horas



**MODALIDAD:**  
Online



**PRECIO:**  
A consultar  
(Sujeto a política de becas)

**CENTRO DE FORMACIÓN:**

**ESIBE**

Escuela Iberoamericana de Postgrado



**ESIBE**

ESCUELA  
IBEROAMERICANA  
DE POSTGRADO



## Titulación

Titulación de Maestría Internacional en Psicología y Técnicas de Venta con 600 horas expedida por Escuela Iberoamericana de Postgrado - ESIBE

Una vez finalizada la formación, el alumnado recibirá por parte de ESIBE vía correo postal, la titulación que acredita con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, su duración, el nombre y DNI, el nivel de aprovechamiento que superación de las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de las instituciones que otorgan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional a Distancia de la UNESCO)



## Descripción

Este Técnico Profesional en Psicología y Técnicas de Venta ofrece una formación especializada en la materia. A la relación entre el vendedor y el cliente resulta trascendental, de una buena relación y del entendimiento en la que puede llegar a una situación óptima, es decir, al cumplimiento de los objetivos de ambas partes, debido a la importancia de esta maestría. Por otro lado, vivimos en una sociedad de consumo en la que se valoran cada uno de los valores añadidos tras un proceso de compra. Así, resulta imprescindible el conocimiento y la utilización de las técnicas de venta a la hora de ofrecer a los clientes los bienes y servicios que ofertamos.

## Objetivos

- Conocer las herramientas necesarias para realizar una venta de forma satisfactoria.
- Fomentar las características de un buen vendedor.
- Estudiar la psicología del consumidor y la del propio vendedor.
- Desarrollar (o afianzar) ciertos conocimientos relacionados con ventas y mercado.
- Mejorar el servicio y atención al cliente.
- Conocer cómo mejorar nuestro punto de venta.
- Desarrollar numerosas habilidades sociales que nos acerquen al cliente.
- Conocer cómo actuar como buenos vendedores.
- Conocer cómo actuar como buenos vendedores en su desarrollo y la postventa.

## A quién va dirigido

El Técnico Profesional en Psicología y Técnicas de Venta está dirigida a profesionales relacionados con la comercialización: Empresarios, economistas, dependientes, comerciantes,... a todo tipo de vendedores de cualquier ámbito. Consumidores que muestren su especial interés en conocer cómo pueden influir en sus decisiones para la realización de una compra. A cualquier persona que quiera iniciar su propio negocio de forma autónoma. En general, a cualquier persona interesada en el comercio.

## Para qué te prepara

El Técnico Profesional en Psicología y Técnicas de Venta le prepara para conocer las funciones del mercado, así como las diferentes fases. Además se analizará tanto la psicología desde el punto de vista del consumidor como del vendedor, se conocerá el servicio o la atención al cliente y cómo podemos influir (como vendedores) en su decisión de compra. También tendremos un acercamiento a cómo debemos tener nuestro punto de venta en cuanto a decoración, organización,... para ofrecer un servicio más atractivo al consumidor. No olvidaremos tratar las habilidades sociales que debemos poseer y potenciar.

nuestros objetivos comerciales tanto en el desarrollo de la venta, en la negociación y en la postventa.

## Salidas Laborales

Comercial, Atención al Público, Proveedores, Dependientes, Personal del Departamento de Comunicación, Relación  
Personal del departamento de Marketing.

## Materiales Didácticos

El alumn@ recibe un email con las Claves de Acceso al CAMPUS VIRTUAL en el que va a poder acceder al contenido didáctico, así como las evaluaciones, vídeos explicativos, etc. así como a contactar con el teléfono quien le va a ir resolviendo cualquier consulta o duda que le vaya surgiendo tanto por email, chat, teléfono, etc.



## Formas de Pago

- Tarjeta,
- Paypal

Otros: Otras formas de pago adaptadas a cada país a través de la plataforma de pago Ebanx.

Llama al teléfono  
**(+34) 958 99 19 19** e infórmate  
de los pagos a plazos sin  
intereses que hay disponibles



## Financiación

En ESIBE, tu aprendizaje es lo más importante. Por eso, hemos desarrollado contenidos, así como una innovadora en sistemas e-Learning con la que trabajarás para adquirir tus nuevos conocimientos con el nuestro claustro especializado en la materia. Te proporcionamos nociones imprescindibles para el desarrollo de tu actividad de tu ámbito.

Nuestro objetivo es convertirte en un profesional altamente cualificado, capaz de desempeñar las tareas de responsabilidad en el sector.

## Nuestra Metodología

En ESIBE, tu aprendizaje es lo más importante. Por eso, hemos desarrollado contenidos, así como una plataforma innovadora e sistemas e-Learning con la que trabajarás para adquirir tus nuevos conocimientos con el respaldo de nuestro claustro especializado en la materia. Te proporcionamos nociones imprescindibles para el desarrollo de la actividad de tu ámbito. Nuestro objetivo es convertirte en un profesional altamente cualificado, capaz de desempeñar las tareas propias de un puesto de responsabilidad en el sector.



## Redes Sociales

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





## Por qué estudiar en ESIBE



### Formación en Línea

Organiza tu propio tiempo.



### Apostilla de la Haya

Certifica tu titulación en países extranjeros.



### Calidad Europea

Formación especializada.



### Contenido Actualizado

Revisamos de forma continua nuestro temario.



### Campus Virtual

Plataforma con los últimos desarrollos del sector e-Learning.



### Amplia Oferta Formativa

Encuentra la formación que se adapta a ti.

## Valores ESIBE



### Compromiso

En ESIBE, nuestros alumnos son lo más importante y, comiences tu formación con nosotros estaremos a tu lado para lograr tu máximo desarrollo profesional y personal.



### Excelencia

Nuestros contenidos son de máxima calidad, ofreciéndote una oportunidad única de formación y crecimiento que te permitan alcanzar puestos de gran responsabilidad en tu sector.



### Unidad

Juntos, somos mucho más fuertes. Detrás de ESIBE hay un equipo multidisciplinar que suma sus fuerzas para conseguir sinergias que beneficien de forma directa a nuestros alumnos.



### Adaptabilidad

Queremos facilitarte tu aprendizaje, por eso, tú marca tu propio ritmo.



### Innovación

ESIBE se sustenta en una cultura con un carácter innovador y diferenciado, promoviendo el desarrollo y uso de nuevas tecnologías para el estudio y aprendizaje.



### Flexibilidad

Tu tiempo es valioso para nosotros y, con el fin de que puedas compaginar tu formación, te proporcionamos la flexibilidad que necesitas, pudiendo realizar tu formación en cualquier momento del día.

## Acreditaciones y Reconocimientos



## Temario

# PARTE 1. 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 la 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 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

## **PARTE 2. DIRECCIÓN Y ESTRATEGIAS DE LA ACTI INTERMEDIACIÓN COMERCIAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO ECONÓMICO DEL COMERCIO Y LA INTERMEDIACIÓN COMERCIAL**

1. El sector del comercio y la intermediación comercial
2. El sistema de distribución comercial en la economía
3. Fuentes de información comercial
4. El comercio electrónico

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. OPORTUNIDADES Y PUESTA EN MARCHA DE LA ACTIVIDAD DE VENTAS E INTI**

1. El entorno de la actividad
2. Análisis de mercado
3. Oportunidades de negocio
4. Formulación del plan de negocio

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. MARCO JURÍDICO Y CONTRATACIÓN EN EL COMERCIO E INTERMEDIACIÓN C**

1. Concepto y normas que rigen el comercio en el contexto jurídico
2. Formas jurídicas para ejercer la actividad por cuenta propia
3. El contrato de agencia comercial
4. El código deontológico del agente comercial

5. Otros contratos de intermediación
6. Trámites administrativos previos para ejercer la actividad

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. DIRECCIÓN COMERCIAL Y LOGÍSTICA COMERCIAL**

1. Planificación y estrategias comerciales
2. Promoción de ventas
3. La logística comercial en la gestión de ventas de productos y servicios
4. Registro, gestión y tratamiento de la información comercial, de clientes, productos y/o servicios comerciales
5. Redes al servicio de la actividad comercial

## **PARTE 3. 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 4. ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA**

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



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

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

1. El vendedor profesional
2. Organización del trabajo del vendedor 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

## **PARTE 5. GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EMPRESAS 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 de 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