



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Master en Decoración de Tiendas



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School 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

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Master en Decoración de Tiendas

**DURACIÓN:**

1.500 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.495 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School 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 Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).





Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

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

Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX/XXXX/XXXX

Con una calificación de **NOTABLE**

Y para que consiste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA



El presente Título es parte de la Acción Formativa de la Unidad Formativa de 425 horas de duración, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019. Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXX/XXXX/XXXX/XXXX. Y para que consiste expido la presente TITULACIÓN en Granada, a 11 de Noviembre de 2019.

Descripción

Este Master en Decoración de Tiendas le ofrece una formación especializada en al materia. La demanda de profesionales con formación específica en los sectores de decoración y Visual Merchandising se ha convertido en una necesidad para las empresas que quieren cuidar su imagen en el lugar más importante, el punto de venta, y eso es aplicable a todos los sectores del comercio. Por ello, con Este Master MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising se pretende que el alumno aprenda con claridad los conceptos básicos del mundo de la decoración, la planificación, etapas, tareas y desempeño de las acciones de un proyecto, así como las tácticas para elegir los elementos y materiales básicos para conseguir los objetivos perseguidos mediante la reestructuración de nuestro local, consiguiendo así los efectos sensoriales deseados.



Objetivos

- Conseguir la mayor eficacia en la distribución y presentación de la mercancía en el espacio de venta.
- Conocer las técnicas apropiadas para una correcta presentación del escaparate.
- Aplicar las técnicas de composición en el escaparatismo.
- Aplicar eficaz y apropiadamente las técnicas de «merchandising» y animación de venta con objeto de optimizar el espacio de ventas y la incentivación de éstas.
- Analizar el proceso de comunicación publicitaria identificando las técnicas de comunicación más idóneas para ello.
- Descubrir los conceptos relacionados con el marketing de relaciones, identificando las causas generadoras de la lealtad del cliente y analizando las consecuencias que la lealtad produce para la empresa.

A quién va dirigido

Este Master en Decoración de Tiendas está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además este máster MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising está dirigido a profesionales de los sectores empresariales del comercio, escaparatismo, merchandising, marketing, decoración, interiorismo, moda, estilismo, asesores de imagen, personal shoppers, coolhunters y demás carreras relacionadas con este sector. Así como para aquellas personas que quieran especializarse o complementar su formación para ofrecer una respuesta profesional ante las demandas del mercado y las necesidades de las empresas.

Para qué te prepara

Este Master en Decoración de Tiendas le prepara para conseguir una titulación profesional. A través de Este Master MBA en Escaparatismo, Decoración de Tiendas y Visual Merchandising el alumno podrá llevar a cabo la decoración de cualquier tipo de tienda con todos los elementos que ésta ampara (escaparate, fachada, publicidad, colores, iluminación, mobiliario,...) y en general, aplicar los conocimientos aprendidos sobre la disciplina del marketing conocida como Visual merchandising. Además, te ayudará a tomar decisiones en referencia a la elección de medios publicitarios y el desarrollo de las distintas estrategias publicitarias.

Salidas Laborales

Marketing, Comercio, Decorador, Dependientes de Comercio, Comercial, Proveedor, Encargado, Azafata, Responsable de comercio, Jefe de sección de ventas.

Formas de Pago

- Contrareembolso
- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



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/as. 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.



Reinventamos la Formación Online



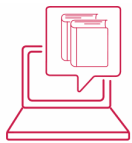
Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede 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, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. DECORACIÓN DE TIENDAS Y COMERCIOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN: PLANIFICACIÓN, DISEÑO Y DECORACIÓN.

1. Breve historia del diseño
2. ¿Qué es el diseño y la decoración?
3. Planificación de la idea decorativa
4. Diseño del proyecto de interiores
5. Ejecución del proyecto decorativo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FUNDAMENTOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN

1. Nociones sobre el diseño y decoración
2. El color
3. La iluminación
4. El espacio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

1. El Visual Merchandising
2. Reglas básicas de Visual Merchandising
3. Las imágenes
4. El color
5. Criterios de distribución y presentación del proyecto
6. Colocación del mobiliario
7. Presentaciones por temporadas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MOBILIARIO Y ELEMENTOS

- 1.Introducción
- 2.Tipos de mobiliario
- 3.Utilería, Rotación de la mercadería

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ORGANIZACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES

- 1.Introducción
- 2.La distribución
- 3.Recorrido del cliente
- 4.Proporciones del espacio
- 5.Organizaciones de espacios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA ATMÓSFERA EN LOS ESPACIOS DE VENTA

- 1.Introducción
- 2.Efectos visuales
- 3.Marketing sensorial
- 4.Estilos decorativos
- 5.Clasificación del espacio

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MONTAJE DE UNA PRESENTACIÓN VISUAL

- 1.Introducción
- 2.La composición
- 3.El peso visual
- 4.Formas de iluminación
- 5.Sombras y colores
- 6.Decoración
- 7.Presentación de escaparates
- 8.Organización de los elementos en el escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MONTAJE DE STAND

- 1.Montaje de stand
- 2.Diseño y distribución del espacio
- 3.Presentación de producto
- 4.Publicidad, soportes publicitarios
- 5.Clasificación del stand
- 6.Factores para planificar la asistencia en la feria

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD EN INTERIORES Y EXTERIORES

- 1.Introducción
- 2.Fachadas, escaparates y entradas
- 3.Publicidad exterior
- 4.El logotipo
- 5.Carteles
- 6.Publicidad en el interior
- 7.Las etiquetas de precios

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ELECCIÓN DE MATERIALES ADECUADOS

- 1.Introducción
- 2.Materiales en el diseño del local
- 3.Materiales de decoración: piedra
- 4.Materiales de decoración: madera
- 5.Materiales de decoración: vidrios
- 6.Materiales de decoración: metal
- 7.Materiales de decoración: sintéticos, plásticos
- 8.Materiales de decoración: hormigón y yeso
- 9.Materiales para la presentación visual
- 10.Materiales a utilizar en el escaparate
- 11.Revestimiento de papel pintado
- 12.Materiales decorativos de ambientación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMPOSICIÓN DEL PROYECTO TÉCNICO

- 1.Planteamiento del proyecto: Fases de la planificación
- 2.Esquema de la planificación del proyecto
- 3.Realización del proyecto
- 4.Datos técnicos para locales comerciales
- 5.Datos técnicos: paredes y techos
- 6.Presentaciones técnicas: mobiliario e iluminación
- 7.Datos técnicos: aire acondicionado

UNIDAD DIDÁCTICA 12. ÚLTIMAS TENDENCIAS EN EL DISEÑO DE TIENDAS

- 1.Introducción
- 2.Los nuevos comercios
- 3.Tipos de negocios
- 4.Diferencia entre negocios y mercados especiales
- 5.Los nuevos conceptos por sectores
- 6.Tiendas con estilo

PARTE 2. MONTAJE Y DISEÑO DE ESCAPARATES

MÓDULO 1. ESCAPARATISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

- 1.Concepto de mercado
- 2.Cliente/Consumidor
- 3.Marketing
- 4.La marca
- 5.Concepto de calidad
- 6.Concepto de excelencia

7.Merchandising

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ESCAPARATE

- 1.Introducción
- 2.Introducción histórica del escaparate
- 3.Funciones y objetivos de un escaparate
- 4.Tipos de escaparates
- 5.El escaparate como elemento comunicador
- 6.Requisitos de un buen escaparate
- 7.¿Qué es un escaparatista?

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRINCIPIOS BÁSICOS EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

- 1.Introducción
- 2.Principios básicos de un escaparate
- 3.Características fundamentales de un escaparate
- 4.Principios de composición de un escaparate
- 5.El recorrido visual

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE COMPOSICIÓN EN EL ESCAPARATISMO

- 1.Introducción
- 2.Técnicas basadas en el trazado de la línea imaginaria
- 3.Técnicas basadas en la localización del punto

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMPOSICIÓN VISUAL DEL ESCAPARATE

- 1.Introducción
- 2.El color
- 3.La luz y la iluminación
- 4.Líneas, volúmenes y superficies

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN LA ANIMACIÓN DE UN ESCAPARATE

- 1.Elementos estructurales
- 2.Elementos de fijación
- 3.Revestimientos
- 4.Carteles
- 5.Materiales de ambientación
- 6.Elementos móviles y sistemas de animación
- 7.Elementos fijos
- 8.Elementos vivos
- 9.Maniquíes
- 10.Herramientas de trabajo en el escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PASOS A SEGUIR EN EL MONTAJE DE UN ESCAPARATE

- 1.Introducción
- 2.La idea
- 3.El proyecto

4. Maqueta
5. Presupuesto
6. Tiempo de ejecución
7. Programación de la exposición de productos
8. Preparación de los productos a exponer
9. El montaje de los productos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. DIBUJO Y DISEÑO

1. La comunicación visual: el significado del diseño
2. La composición y el diseño
3. Dibujo artístico y dibujo técnico

ANEXO 1. IDEAS Y EJEMPLOS PARA EL DISEÑO DE ESCAPARATES

MÓDULO 2. RECURSOS PRÁCTICOS ESCAPARATISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE TRABAJO

1. Productos rígidos y flexibles
2. Agrupaciones de Productos rígidos y flexibles
3. Colocación de Adhesivos Decorativos en Escaparates
4. Cómo Decorar un Escaparate de moda.
5. Cómo vestir un Busto en un escaparate de moda.
6. El uso del color en el escaparate
7. Elementos decorativos para escaparates
8. Elementos estructurales para escaparates

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EJEMPLOS DE TIENDAS Y ESCAPARATES INTERACTIVOS

PARTE 3. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

1. Concepto de mercado
2. Definiciones y conceptos relacionados
3. División del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONSUMIDOR

1. El consumidor y sus necesidades
2. La psicología del mercado
3. La psicología del 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 3. 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 4. 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 5. VENTAS

1. Introducción
2. Teorías de las ventas
3. Tipos de ventas
4. Técnicas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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 7. ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA.

1. Merchandising
2. Condiciones ambientales
3. Captación de clientes
4. Diseño interior
5. Situación de las secciones
6. Animación
7. Mobiliario

8. La Circulación de los Clientes
9. Distribución de las secciones
10. La cartelería y señalización

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EXTERIOR DEL PUNTO DE VENTA

1. Introducción
2. La identidad, logo y rótulo
3. Entrada al establecimiento
4. Acciones para tener un comercio actual
5. ¿Dónde establezco el punto de venta?
6. ¿Por qué es importante la imagen exterior de mi punto de venta?
7. El escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL LINEAL

1. Optimización de líneas
2. Reparto del lineal
3. La implantación del lineal
4. Los diferentes niveles del lineal
5. Presentación de los productos del lineal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ASPECTOS GENERALES SOBRE MERCHANDISING

1. Concepto de merchandising
2. Tipos de merchandising
3. Análisis de la promoción en el punto de venta
4. Objetivos del merchandising promocional
5. Tipos de promociones en el punto de venta
6. Tipos de periodos para promocionar el establecimiento
7. Actitudes para un buen funcionamiento de su negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD EN EL LUGAR DE VENTA (PLV)

1. ¿Cómo gestionar eficazmente el área expositiva?
2. Técnicas de animación
3. La publicidad en el lugar de venta (PLV)
4. Objetivos de la publicidad
5. El mensaje publicitario
6. Elementos de venta visual

PARTE 4. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. La comunicación comercial
2. El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo
3. La comunicación global de la empresa: identidad e imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

1. Definición de Publicidad
2. Procesos de Comunicación Publicitaria
3. Técnicas de Comunicación Publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

1. Necesidad del Departamento de Publicidad en la empresa
2. Funciones del Departamento de Publicidad
3. Determinación del presupuesto publicitario
4. La selección de la empresa de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

1. La Agencia de Publicidad
2. Organigrama de una Agencia Publicitaria
3. Clasificación de las Agencias
4. El fundamento económico y las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

1. Concepto y clasificación
2. Medios Publicitarios
3. Internet y Publicidad
4. Animación y Marketing
5. Telemarketing
6. Estrategias Publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1. Introducción
2. El cliente actual
3. El cliente potencial
4. Plataforma Comercial de Mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE

1. El entorno de las Organizaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

1. El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas
2. Los condicionamientos del comportamiento de compra de los consumidores
3. Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo
4. El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1. Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz

- 3.Las estrategias de cobertura del mercado
- 4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ATRACTIVO DEL MERCADO Y DE LOS SEGMENTOS

- 1.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda
- 2.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes
- 3.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de marca
- 4.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING

- 1.Componentes de un sistema de información de marketing
- 2.Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado
- 3.Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercado

PARTE 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS

- 1.Reflexión sobre la comunicación
- 2.Cliente/Consumidor
- 3.Queja/Objeción
- 4.Reclamación
- 5.Tarea profesional
- 6.Concepto de calidad
- 7.Criterios de calidad
- 8.Concepto de excelencia
- 9.El equipo y la imagen corporativa
- 10.La sinergia grupal

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LEALTAD AL CLIENTE

- 1.Marketing Relacional
- 2.El enfoque del marketing
- 3.Marketing Relacional (CRM)
- 4.Concepto de fidelidad
- 5.El cliente actual
- 6.Orientación hacia el mercado VS Orientación hacia el producto
- 7.Concepto de lealtad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CAUSAS Y CONSECUENCIAS DE LA LEALTAD

1. Causas de la lealtad
2. La percepción del cliente
3. El factor producto
4. La marca
5. El factor precio
6. Canal de distribución
7. La promoción
8. Consecuencias de la lealtad

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA LEALTAD

1. Introducción
2. Diferenciación empresarial
3. Pilares de la empresa
4. Fidelización del cliente interno
5. Fidelización de los inversores
6. La escalera de la lealtad
7. Ofrecimiento de valor al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL CLIENTE FIEL

1. Concepto de cliente
2. ¿El cliente siempre tiene la razón?
3. El proceso de compra
4. ¿A quién fidelizar?
5. Ventajas de la fidelidad para el cliente
6. Clases de fidelidad del cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL CLIENTE; LA BASE DE LA FIDELIZACIÓN

1. Introducción
2. Principales causas de la insatisfacción del cliente
3. El decálogo del cliente
4. La excelencia en la atención al cliente
5. La calidad del servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TRATAMIENTO DE QUEJAS, RECLAMACIONES, DUDAS Y OBJECIONES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 9. FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN

1. Consideraciones previas
2. Cuestiones prácticas de negociación
3. Estrategias para cerrar la venta
4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa
5. Programas de fidelización
6. Diseño del programa de fidelización
7. Medición de los programas de fidelización