



# FORMACIÓN ONLINE

## Máster Gestión de Call Center: Contact Center Manager + Titulación Universitaria

## 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 nuevos conocimientos.

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

# Máster Gestión de Call Center: Contact Center Manager + Titulación Universitaria



**DURACIÓN:**  
800 horas



**MODALIDAD:**  
Online



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



**CRÉDITOS:**  
8 ECTS

**CENTRO DE FORMACIÓN:**

**ESIBE**  
Escuela Iberoamericana de Postgrado





## Descripción

Hoy en día los Centros de Contacto con Clientes constituyen el mayor -y a veces el único- punto de contacto de las empresas con los clientes, convirtiendo este área de Atención y gestión en un área de importancia estratégica en la Gestión de nuestros usuarios y clientes, y en definitiva, en su satisfacción y fidelización. Los Centros de Atención al Cliente se sirven de manera más efectiva, y con un mejor retorno, a los clientes de las compañías, y han ido creciendo y evolucionando paralelamente al desarrollo tecnológico y de nuevos canales de contacto, como las Redes Sociales. Todo esto demuestra la importancia de tener un Contact Center profesionalizado, dotado de los medios y tecnologías adecuados y, sobre todo, de equipos de personas cualificadas y motivadas, dirigidos por buenos profesionales con formación específica en la actividad. Este Master Gestión de Call Center: Contact Center Manager conocerá las técnicas oportunas para desenvolverse profesionalmente en este entorno.

## Objetivos

- Implantar, gestionar y dirigir un call center.
- Obtener información para el plan de actuación comercial de acuerdo con las especificaciones contenidas en la estrategia de la organización.
- Elaborar informes con las conclusiones derivadas de la información procedente de los clientes, la competencia, el mercado, los recursos humanos y materiales que concurren en la actividad comercial, para facilitar la toma de decisiones sobre estrategias comerciales.
- Liderar el equipo de comerciales facilitando su implicación y motivación para favorecer el cumplimiento de los objetivos de ventas, valores e identidad corporativa.
- Programar la actuación en la venta a partir de parámetros comerciales definidos y el posicionamiento de empresa/ producto.
- Contactar con el cliente y realizar la venta.
- Conocer la inteligencia emocional aplicada a las técnicas de venta.
- Aplicar técnicas de negociación.
- Realizar estrategias de postventa.
- Conocer el telemarketing.

## A quién va dirigido

Este Master Gestión de Call Center: Contact Center Manager está dirigido a Profesionales o futuros profesionales de Call Center, Directivos de mandos intermedios de empresas usuarias de Contact Center, Directivos y profesionales de empresas proveedoras de servicios de atención al cliente o cualquier persona que quiera formarse sobre esta materia.

## Para qué te prepara

El siguiente Master Gestión de Call Center: Contact Center Manager le prepara para poder implantar, gestionar y dirigir un call center, capacitándole para una organización comercial, la gestión de la fuerza de ventas y equipos comerciales, las estrategias de venta y el telemarketing.

## Salidas Laborales

Telemarketing / Comercial / Ventas / Atención al cliente / Call center.

## 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 equipo de atención al cliente que 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. ORGANIZACIÓN COMERCIAL

## MÓDULO 1. DIRECCIÓN Y ESTRATEGIAS DE VENTAS E 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 INTERMEDIACIÓN COMERCIAL

- 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 COMERCIAL

- 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

## **MÓDULO 2. GESTIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE VENTAS E INTERMEDIACIÓN COMERCIAL**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRESUPUESTOS Y CONTABILIDAD BÁSICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.**

1. Concepto y finalidad del presupuesto
2. Clasificación de los presupuestos
3. El presupuesto financiero
4. Estructura y modelos de los estados financieros previsionales
5. Características de las principales magnitudes contables y masas patrimoniales
6. El equilibrio patrimonial y sus efectos sobre la actividad
7. Estructura y contenido básico de los estados financiero-contables previsionales y reales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. FINANCIACIÓN BÁSICA Y VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.**

1. Fuentes de financiación de la actividad
2. Instrumentos básicos de análisis económico-financiero de la actividad
3. El Seguro
4. Aplicaciones informática para la gestión económico-financiera básica

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y DOCUMENTAL DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.**

1. Organización y archivo de la documentación
2. Facturación
3. Documentación relacionada con la Tesorería
4. Comunicación interna y externa
5. Organización del trabajo comercial

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN CONTABLE, FISCAL Y LABORAL BÁSICA EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL.**

1. Gestión contable básica
2. Gestión fiscal básica
3. Gestión laboral básica
4. Aplicaciones informáticas de gestión contable, fiscal y laboral

## **PARTE 2. GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES**

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

1. Definición y conceptos clave

2. Establecimiento de los objetivos de venta
3. Predicción de los objetivos ventas
4. El sistema de dirección por objetivos

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECLUTAMIENTO Y RETRIBUCIÓN DE VENDEDORES**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## **PARTE 3. OPERACIONES DE VENTA**

### **MÓDULO 1. ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA**

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

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

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

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

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

- 1.Documentos comerciales
- 2.Documentos propios de la compraventa
- 3.Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial
- 4.Elaboración de la documentación
- 5.Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA**

- 1.Operativa básica de cálculo aplicado a la venta
- 2.Cálculo de PVP (Precio de venta al público)
- 3.Estimación de costes de la actividad comercial
- 4.Fiscalidad
- 5.Cálculo de descuentos y recargos comerciales
- 6.Cálculo de rentabilidad y margen comercial
- 7.Cálculo de comisiones comerciales
- 8.Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses
- 9.Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes
- 10.Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta

# **MÓDULO 2. 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 al 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 C**

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

### **MÓDULO 3. VENTA ONLINE**

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

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB**

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

## **PARTE 4. TELEMARKETING**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. VENTAS**

- 1.Introducción
- 2.Teoría de las ventas
- 3.Tipos de ventas
- 4.Técnicas de ventas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA VENTA Y SU DESARROLLO. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CI**

- 1.Metodología que debe seguir el vendedor
- 2.Ejemplo de una preparación en la información e investigación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. 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 5. 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 6. 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 7. 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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. ELEMENTOS, HABILIDADES Y TÉCNICAS COMERCIALES. LOS CALL CENTERS**

- 1.Elementos de la comunicación comercial
- 2.Estrategias para mejorar la comunicación
- 3.Comunicación dentro de la empresa
- 4.Dispositivos de Información
- 5.Habilidades sociales y protocolo comercial
- 6.La comunicación verbal
- 7.Comunicación no verbal
- 8.La Comunicación Escrita
- 9.Técnicas y procesos de negociación
- 10.Bases fundamentales de los procesos de negociación
- 11.las conductas de los buenos/as negociadores/as
- 12.Estrategias y tácticas en la negociación
- 13.Fases de la negociación
- 14.Los Call Centers
- 15.La atención al cliente/a en el siglo XXI

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. ATENCIÓN AL CLIENTE**

- 1.Tipología de clientes
- 2.Atención al cliente
- 3.Aptitudes positivas para la venta
- 4.Situaciones difíciles con los clientes
- 5.Costes de un mal servicio al cliente

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. TELEMARKETING**

- 1.Introducción
- 2.Telemarketing
- 3.Acciones de venta del telemarketing
- 4.Promociones de ventas
- 5.Ventajas del telemarketing
- 6.Desventajas

## PARTE 5. DIRECCIÓN DE EQUIPOS

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL EQUIPO EN LA ORGANIZACIÓN ACTUAL.

- 1.La Importancia de los equipos en las organizaciones actuales.
- 2.Modelos explicativos de la eficacia de los equipos.
- 3.Composición de equipos, recursos y tareas.
- 4.Los procesos en los equipos.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL LIDERAZGO EN EL EQUIPO.

- 1.Liderazgo.
- 2.Enfoques en la teoría del liderazgo.
- 3.Estilos de liderazgo.
- 4.El papel del líder.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. COACHING Y 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.El líder como coach.

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. COACHING EJECUTIVO.

- 1.Lo específico del coaching ejecutivo.
- 2.Cualidades y competencias.
- 3.Formación y experiencia empresarial.
- 4.Dificultades del directivo. Errores más comunes.
- 5.Instrumentos y herramientas de medición del coaching ejecutivo.

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. TÉCNICAS PARA MEJORAR EL FUNCIONAMIENTO DE UN EQUIPO.

- 1.Programa de entrenamiento.
- 2.Técnicas de desarrollo en equipo.

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. LAS DINÁMICAS DE GRUPO.

- 1.Definición.
- 2.Aplicaciones a los distintos campos de la vida social.
- 3.¿Qué son las técnicas de Dinámica de Grupos?.
- 4.Normas generales para el uso de las técnicas de grupo.
- 5.El papel del dinamizador.

### UNIDAD DIDÁCTICA 7. CLASIFICACIÓN DE LAS DINÁMICAS DE GRUPO.

- 1.Según el tamaño del grupo.
- 2.Según la participación de los expertos.
- 3.Según los objetivos.

### UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE DINÁMICA DE GRUPOS EN LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN

- 1.Perspectiva positiva del conflicto.
- 2.Conflicto versus violencia.

- 3.Prevenición.
- 4.Análisis y negociación.
- 5.Búsqueda de soluciones.
- 6.Procedimientos para enseñar a resolver conflictos.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. 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 10. 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 11. 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 12. 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 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

#### ANEXO 1. EXPERTO EN COACHING COMERCIAL PARA RESPONSABLES DE DEPARTAMENTOS DE CALL

## PARTE 6. COACHING COMERCIAL PARA RESPONSABLES DE DEPARTAMENTOS DE CALL CENTER

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. 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 2. MOTIVACIONES PROFESIONALES

1. La motivación
2. Técnicas de motivación
3. Satisfacción en el trabajo
4. Remuneración comercial

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. 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 5. 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