



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL



UNIVERSIDAD
NEBRIJA



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL



Master en Moda + 60 Créditos ECTS

www.euroinnova.edu.es



LLAMA GRATIS: (+34) 900 831 200





EUROINNOVA FORMACIÓN

Especialistas en **Formación Online**

SOBRE EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL

Bienvenidos/as a **EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL**, una escuela de negocios apoyada por otras entidades de enorme prestigio a nivel internacional, que han visto el valor humano y personal con el que cuenta nuestra empresa; un valor que ha hecho que grandes instituciones de reconocimiento mundial se sumen a este proyecto.



EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL es la mejor opción para formarse ya que contamos con años de experiencia y miles de alumnos/as, además del reconocimiento y apoyo de grandes instituciones a nivel internacional.

Como entidad acreditada para la organización e impartición de **formación de postgrado**, complementaria y para el empleo, Euroinnova es centro autorizado para ofrecer **formación continua bonificada** para personal trabajador, **cursos homologados y baremables** para Oposiciones dentro de la Administración Pública, y cursos y acciones formativas de **máster online** con título propio.



**CERTIFICACIÓN
EN CALIDAD**

Euroinnova 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 formativas impartidas desde el centro.





DESCUBRE EUROINNOVA FORMACIÓN

Líderes en **Formación Online**



APOSTILLA DE LA HAYA

Además de disponer de formación avalada por universidades de reconocido prestigio y múltiples instituciones, Euroinnova posibilita certificar su formación con la **Apostilla de La Haya**, dotando a sus acciones formativas de Titulaciones Oficiales con validez internacional en más de 160 países de todo el mundo.



PROFESIONALES A TU DISPOSICION

La **metodología virtual** de la formación impartida en Euroinnova está completamente a la vanguardia educativa, facilitando el aprendizaje a su alumnado, que en todo momento puede contar con el apoyo tutorial de grandes profesionales, para alcanzar cómodamente sus objetivos.



DESCUBRE NUESTRAS METODOLOGÍAS

Desde Euroinnova se promueve una **enseñanza multidisciplinar e integrada**, desarrollando metodologías innovadoras de aprendizaje que permiten interiorizar los conocimientos impartidos con una aplicación eminentemente práctica, atendiendo a las demandas actuales del mercado laboral.



NUESTRA EXPERIENCIA NOS AVALA

Más de 15 años de experiencia avalan la trayectoria del equipo docente de Euroinnova Business School, que desde su nacimiento apuesta por superar los retos que deben afrontar los/las profesionales del futuro, lo que actualmente lo consolida como el **centro líder en formación online**.



Master en Moda + 60 Créditos ECTS

 **DURACIÓN:**
1.500 horas

 **MODALIDAD:**
Online

 **PRECIO:**
1.970 € *

 **CRÉDITOS:**
60,00 ECTS

* Materiales didácticos, titulación y gastos de envío incluidos.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Euroinnova Business
School



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL

TITULACIÓN

Titulación Universitaria en Master en Moda expedida por la UNIVERSIDAD ANTONIO DE NEBRIJA con 60 Créditos Universitarios ECTS



EUROINNOVA
BUSINESS
SCHOOL  TITULACIÓN EXPEDIDA POR
EUROINNOVA BUSINESS SCHOOL
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



UNIVERSIDAD
NEBRIJA



Titulación
Universitaria





Master en Moda + 60 Créditos ECTS [Ver Curso](#)

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Euroinnova Formación 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).



DESCRIPCIÓN

Si quiere dedicarse laboralmente al mundo de la moda o ampliar sus conocimientos gracias a la adquisición de las técnicas de marketing y comunicación en este entorno este es su momento, con el Master en Moda podrá conocer los aspectos esenciales sobre el marketing en la moda para poder desarrollar su profesión de manera experta. Además con este Master conocerá las técnicas de neuromarketing que pueden ayudarle en este entorno, así como a poder desenvolverse en inglés. A través de los masters disponibles en Euroinnova Business School los alumnos podrán acceder a unos programas formativos muy completos y detallados, elaborados teniendo presentes las necesidades y demandas reales del mercado laboral actual, dotándoles de las competencias y habilidades profesionales adecuadas para desarrollar una carrera profesional. El uso



de nuestro campus digital facilita el proceso de aprendizaje, ya que permite a cada alumno establecer su propio ritmo de estudio y avanzar en los programas según su conveniencia y disponibilidad en cada momento. Si quieres especializarte en habilidades de management en un sector dinámico como este, quieres conocer el mercado del lujo o las tendencias más fashion del momento, este completo máster universitario pone a tu disposición todo lo que necesitas. Contacta con nosotros y una asesora de Euroinnova Business School podrá resolver todas tus consultas por completo, desde los requisitos de acceso, las becas y descuentos disponibles, la metodología de estudio, los programas académicos disponibles, el funcionamiento del campus digital, etc.

OBJETIVOS

Los masters disponibles en Euroinnova Business School cuentan con programas detallados y actualizados, orientados a dotar al alumnado de los conocimientos y habilidades profesionales demandadas por las empresas del sector en sus ofertas de empleo. Así, a través de este máster universitario se pretende capacitar al alumnado para el desempeño de las habilidades de management en el sector, para lo cual desarrollará los siguientes conocimientos y competencias:

- Conocer la historia de la moda.
- Adquirir las técnicas de estilismo a la hora de vestir.
- Conocer los aspectos más importantes sobre el retail intelligence.
- Aprender los diferentes canales de comunicación en el marketing retail.
- Conocer la importancia del marketing en el punto de venta, así como la publicidad y promoción de productos.
- Conocer los fundamentos generales del marketing.
- Adquirir conocimientos sobre el marketing sensorial o sensitivo.
- Aplicar las tecnologías y técnicas del neuromarketing.
- Entender la aplicación de un proceso de selección por competencias, teniendo en cuenta todos los hechos que acontezcan desde la elaboración del perfil hasta la entrevista.
- Preparar al alumno para que desempeñe el papel de la figura del líder, con las cualidades que le caracterizan y entendiendo ante todo que su labor principal frente al grupo que tiene a su cargo, será motivar.
- Estudiar la psicología del consumidor y la del propio vendedor.
- Desarrollar (o afianzar) ciertos conocimientos relacionados con ventas y mercado.
- Presentarse a sí mismo y a otros, pedir y dar información personal básica sobre su domicilio, sus pertenencias y las personas que conoce.
- Relacionarse de forma elemental siempre que su interlocutor hable despacio y con claridad y esté dispuesto a cooperar.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Este Master en Moda está dirigido a profesionales que deseen especializarse en las técnicas de diseño de moda, así como a aquellos que quieran aprender los procesos de neuromarketing y comunicación en el sector. A profesionales, titulados y estudiantes que quiera ampliar sus conocimientos y especializarse en management, ya sea en el sector del lujo o en el de gran consumo. Se dirige igualmente a quienes quieran aprender a detectar, identificar y anticiparse a las tendencias fashion, desarrollando un perfil profesional altamente valorado en esta industria. En general se dirige a cualquier persona que, cumpliendo los requisitos de acceso, tenga interés en completar sus conocimientos y recibir una titulación universitaria altamente valorada, beneficiándose de todas las ventajas que ofrecen la teleformación y nuestra plataforma digital.

PARA QUÉ TE PREPARA

Este Master en Moda le prepara para tener una visión amplia y precisa del entorno de la moda en relación con las técnicas esenciales del marketing, neuromarketing y técnicas de venta en este ámbito, llegando a adquirir conocimientos específicos que le ayudarán a desenvolverse en el sector. Podrás especializarte y desarrollar las habilidades de management más relevantes en el sector del lujo o aprender a identificar las tendencias fashion que marcan la actualidad, en un sector caracterizado por el dinamismo y la velocidad con que se producen los cambios. Para ello, este máster universitario cuenta con un completo programa formativo con el que adquirir las competencias profesionales más demandadas por la industria. Y todo esto, con la comodidad y la sencillez que te ofrece la posibilidad de estudiar cómodamente sin salir de casa gracias a nuestra plataforma digital. No esperes más y contacta con nosotros para solicitar más información sobre este y otros másters disponibles relacionados con esta temática. Una asesora de formación podrá informarte de forma detallada sobre los programas disponibles en la actualidad y como pueden ayudarte a alcanzar sus objetivos.

SALIDAS LABORALES

Los conocimientos y competencias profesionales desarrollados a lo largo del presente máster universitario ofrecen al alumnado la posibilidad de desarrollar una carrerera laboral en el sector de la Moda, especializándose en Marketing Retail, Diseño de moda fashion y de lujo, Neuromarketing, comunicación digital y offline, etc.

MATERIALES DIDÁCTICOS



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Inglés Atención al Público en Moda'
- Manual teórico 'Psicología Empresarial y Comunicación'
- Manual teórico 'Neuromarketing'
- Manual teórico 'Diseño de Moda'
- Manual teórico 'Marketing de la Moda: Experto en Marketing Retail'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 1'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 2'

- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

FORMAS DE PAGO

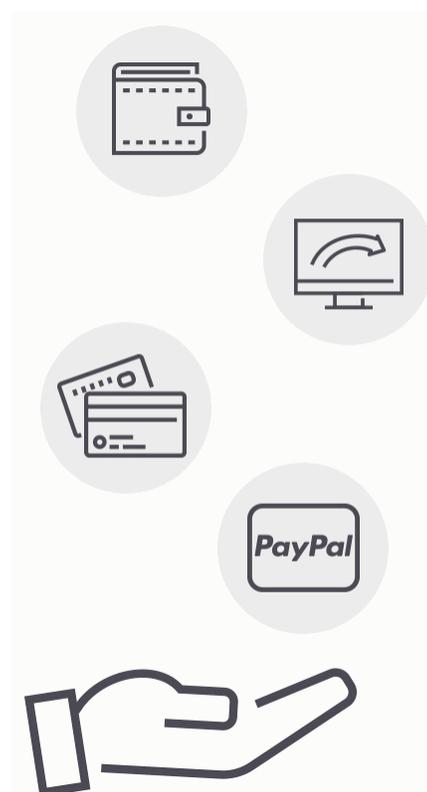
Contrareembolso / Transferencia / Tarjeta de Crédito / Paypal
Tarjeta de Crédito / PayPal Eligiendo esta opción de pago, podrá abonar el importe correspondiente, cómodamente en este mismo instante, a través de nuestra pasarela de pago segura concertada con Paypal Transferencia Bancaria

Eligiendo esta opción de pago, deberá abonar el importe correspondiente mediante una transferencia bancaria. No será aceptado el ingreso de cheques o similares en ninguna de nuestras cuentas bancarias.

Contrareembolso Podrá pagar sus compras directamente al transportista cuando reciba el pedido en su casa . Eligiendo esta opción de pago, recibirá mediante mensajería postal, en la dirección facilitada

Otras: PayU, Sofort, Western Union / SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos Plazos sin Intereses + Envío Gratis



Llama gratis al 900 831 200 e infórmate de nuestras facilidades de pago.



FINANCIACIÓN Y BECAS

Facilidades
económicas y
financiación
**100% sin
intereses**

En EUROINNOVA, ofrecemos a nuestros alumnos **facilidades económicas y financieras** para la realización de pago de matrículas, todo ello **100% sin intereses**.

30% Beca Desempleo: Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento para invertir en la mejora de tus posibilidades futuras.

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.

BECA
Desempleo

30
%

30% PARA DESEMPLEADOS

Facilitamos el acceso al mercado laboral a personas en situación de desempleo.

10% PARA ANTIGUOS ALUMNOS

Queremos agradecer tu fidelidad y la confianza depositada en Euroinnova Formación.

10
%

BECA
Antiguos
Alumnos

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**.



CARÁCTER OFICIAL DE LA FORMACIÓN

La presente formación no está incluida dentro del ámbito de la formación oficial reglada (Educación Infantil, Educación Primaria, Educación Secundaria, Formación Profesional Oficial FP, Bachillerato, Grado Universitario, Master Oficial Universitario y Doctorado). Se trata por tanto de una formación complementaria y/o de especialización, dirigida a la adquisición de determinadas competencias, habilidades o aptitudes de índole profesional, pudiendo ser baremable como mérito en bolsas de trabajo y/o concursos oposición, siempre dentro del apartado de Formación Complementaria y/o Formación Continua siendo siempre imprescindible la revisión de los requisitos específicos de baremación de las bolsa de trabajo público en concreto a la que deseemos presentarnos.

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 alumnos, ex alumnos y profesores.

Además serás el primero en enterarte de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



LÍDERES EN FORMACION ONLINE

Somos Diferentes



Amplio Catálogo Formativ

Nuestro catálogo está formado por más de 18.000 cursos de múltiples áreas de conocimiento, adaptándonos a las necesidades formativas de nuestro alumnado.



Confianza

Contamos con el Sello de Confianza Online que podrás encontrar en tus webs de confianza. Además colaboramos con las más prestigiosas Universidades, Administraciones Públicas y Empresas de Software a nivel Nacional e Internacional.





Campus Online

Nuestro alumnado puede acceder al campus virtual desde cualquier dispositivo, contando con acceso ilimitado a los contenidos de su programa formativo.



Profesores/as Especialist

Contamos con un equipo formado por más de 50 docentes con especialización y más de 1.000 colaboradores externos a la entera disposición de nuestro alumnado.



Bolsa de Empleo

Disponemos de una bolsa de empleo propia con diferentes ofertas de trabajo correspondientes a los distintos cursos y masters. Somos agencia de colaboración N° 9900000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.



Garantía de Satisfacción

Más de 15 años de experiencia con un récord del 96% de satisfacción en atención al alumnado y miles de opiniones de personas satisfechas nos avalan.



Precios Competitivos

Garantizamos la mejor relación calidad/precio en todo nuestro catálogo formativo.



Calidad AENOR

Todos los procesos de enseñanza aprendizaje siguen los más rigurosos controles de calidad extremos, estando certificados por AENOR conforme a la ISO 9001, llevando a cabo auditorías externas que garantizan la máxima calidad.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permitirá al alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En esta, el alumnado podrá relacionarse con personas que estudian 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, para realizar prácticas relacionadas con la formación que ha estado recibiendo en nuestra escuela.





Revista Digital

El alumnado 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, 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

MÓDULO 1. DISEÑO DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HISTORIA DE LA MODA

1. Teoría de la moda
2. El diseñador y las tendencias
3. La moda internacional
4. La moda española
5. Revistas y prensa especializada

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INDUMENTARIA Y SU REPERCUSIÓN EN LA IMAGEN PERSONAL

1. Canon de belleza: concepto y evolución
2. Proporciones idealizadas de la figura humana
3. Medidas antropométricas
4. Protocolo para tomar medidas antropométricas
5. Medidas antropométricas para un estudio de asesoría de vestuario
6. Peso corporal
7. Estatura
8. Talla Sentada
9. Envergadura
10. Perímetros
11. Pliegues cutáneos
12. Automedición de las proporciones corporales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTILISMO EN EL VESTIR

1. Concepto de estilismo
2. Conceptos básicos sobre el estilismo en el vestir
3. Estilos de vestuario
4. La Alta Costura
5. Moda Prêt-à-porter
6. Fondo de armario o vestuario básico
7. Materiales y tejidos
8. Tipos de fibras textiles
9. Principales tejidos
10. Simbología del etiquetado
11. Conservación de las prendas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTILISMO Y TENDENCIAS EN LA MODA

1. Introducción a las tendencias
2. Música: artistas que marcan estilo
3. Arte: principales inspiraciones y ejemplos
4. El fenómeno blogger
5. El cine como generador de estilo



6. Webs de referencia
7. Cómo analizar los desfiles
8. Cómo buscar en las redes sociales
9. Libros de tendencias
10. Siluetas destacadas
11. Calendario de la moda
12. Conocimiento de los ciclos en la moda
13. Fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISEÑO DE MODA

1. Dibujo de moda. Dibujo de figurín
2. Las líneas de construcción de la figura humana
3. Los cánones de proporción humana
4. Análisis geométrico de la figura
5. El equilibrio y movimiento
6. La perspectiva y el escorzo
7. La cabeza
8. Anatomía artística
9. Dibujo artístico
10. Tejidos y colores
11. Diseño de moda por ordenador
12. Marketing en la moda
13. El mercado de la moda y su entorno
14. La segmentación, el posicionamiento e investigación de mercados en la moda
15. El consumidor del producto moda
16. El producto de moda y marca
17. Los precios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PREPARACIÓN Y DISEÑO DE COLECCIONES

1. Introducción al proceso de creación
2. Fase de ideación
3. Fase de creación técnica
4. Patronaje
5. Creación, diseño y patronaje
6. Industrialización de los modelos
7. El patrón base
8. Prototipos
9. Corte y confección
10. Corte
11. Puntadas
12. Confección de diferentes prendas de vestir



13. Planchado y acabado

14. Presentación y difusión de la colección

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FUNCIONES Y PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE DISEÑO DE MODA

1. Conceptos generales de Diseño de moda

2. Concepción de las diferentes fases del proceso de diseño.

3. Introducción al sistema operativo y periféricos:

4. Introducción al hardware y software de moda

5. Organización informática: creación y organización de directorios, movilidad de documentos, copias, etc.

6. Manipulación de ficheros, cortar, pegar, insertar, borrar, etc.

7. Los periféricos; variantes y utilidades.

8. Programas informáticos de diseño de moda: secuencia de los flujos de trabajo, conceptos básicos, sistema operativo y base de datos.

9. Técnicas de transformación y escalado de patrones informáticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE CONFECCIÓN DE PATRONES

1. Concepto de proyecto de moda.

2. Planificación de las fases de un encargo.

3. Conceptos generales de Diseño de Moda.

4. Técnicas de patrón.

5. Tipología de medidas.

6. Técnicas de obtención de información.

7. Técnicas de presentación del proyecto.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TÉCNICAS DE PATRÓN, MODELO Y ESCALADO

1. Fases del proyecto

2. Descripción del proceso de patronaje

3. Ficha técnica:

4. Descripción.

5. Cuestionario.

6. Ficha técnica del modelo.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PROCESOS DE FABRICACIÓN DE DISEÑO DE MODA

1. Tipología de proveedores de Diseño de Moda.

2. Fases del proyecto de creación de prendas y / o accesorios.

3. Clasificación de la documentación.

4. Tipología de las diferentes técnicas de fabricación.

5. Políticas medioambientales vigentes en el Diseño de Moda.

6. Normativa de la Propiedad Intelectual en el Diseño de Moda

MÓDULO 2. MARKETING DE LA MODA: EXPERTO EN MARKETING RETAIL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL RETAIL MARKETING



1. Concepto de retail marketing
2. El sector en el retail marketing
3. Mercado del retail marketing
4. Tipos de consumidores

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTRATEGIAS EN EL SECTOR RETAIL

1. Estrategias de segmentación y posicionamiento
2. Estrategias competitivas
3. Estrategia de precio
4. Estrategia de producto y surtido
5. Branding y gestión de marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. STAFFING

1. Determinación de la fuerza de ventas
2. Liderazgo del equipo de ventas
3. Formación y habilidades del equipo de ventas
4. Motivación de la fuerza de ventas
5. Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EXPERIENCIA DE COMPRA, SHOPPING EXPERIENCE

1. Determinación de la fuerza de ventas
2. Liderazgo del equipo de ventas
3. Formación y habilidades del equipo de ventas
4. Motivación de la fuerza de ventas
5. Resolución de conflictos. Deficiencia en el servicio al cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5. RETAIL INTELLIGENCE

1. Segmentación y posicionamiento
2. Retail intelligence in store
3. Retail inteligencia out store
4. Big data
5. Geolocalización en retail

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CRM EN RETAIL

1. El papel del crm en la empresa
2. La estrategia CRM
3. Beneficios de una estrategia de CRM en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETPLACES

1. Marketing electrónico vs. Comercio Electrónico
2. Modelos de negocio online
3. Atención al cliente en el intercambio de productos vía internet
4. Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico
5. Marketplaces

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN COMERCIAL





1. Internet como canal de comunicación
2. Herramientas en Comunicación
3. Venta en Internet
4. Proceso de planificación publicitaria
5. Campañas online

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

1. Comunicación en el punto de venta
2. Publicidad y promoción en el punto de venta
3. Implementación del shopper marketing
4. Estrategias en el punto de venta
5. Plan de marketing en el punto de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 10. ESTRATEGIAS DE CANALES

1. Estrategias de canales: multicanalidad, omnicanalidad y conflicto
2. Modelos de negocio fabricante - canal
3. Control del canal
4. Control del cliente
5. Cadena de comercialización
6. E-commerce

MÓDULO 3. NEUROMARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1 . HERRAMIENTAS DEL NEUROMARKETING Y SU APLICACIÓN EN LA FUERZA DE VENTAS

1. Definición y objetivos del Neuromarketing
2. Evolución del marketing al neuromarketing
3. Aplicaciones del neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIONES PROFESIONALES Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DEL NEUROMARKETING

1. Perfil profesional en Neuromarketing
2. El neuromarketing en el mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ALCANCE Y LIMITACIONES DEL NEUROMARKETING APLICADOS A LOS CANALES DE VENTAS

1. Alcance del Neuromarketing
2. Limitaciones del Neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SITUACIÓN ACTUAL DEL NEUROMARKETING Y TENDENCIAS FUTURAS

1. El Neuromarketing actual
2. Tendencias en Neuromarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MOTIVACIÓN Y EMOCIÓN. HERRAMIENTAS PARA EL NEUROMARKETING

1. Motivación. Definición y aspectos básicos
2. Emoción. Definición y aspectos básicos



UNIDAD DIDÁCTICA 6. PERCEPCIÓN Y ATENCIÓN. HERRAMIENTAS PARA EL NEUROMARKETING

1. Percepción. Definición y aspectos básicos
2. La percepción selectiva
3. La percepción de acontecimientos
4. Atención. Definición y aspectos básicos
5. Taxonomía de la atención
6. Los filtros del cerebro
7. El ojo del espectador
8. Percepción y atención. Caso de estudio

UNIDAD DIDÁCTICA 7. APRENDIZAJE. HERRAMIENTA PARA UNA ESTRATEGIA DE NEUROMARKETING

1. Aprendizaje. Definición y aspectos básicos
2. Clasificación de los estilos del aprendizaje asociados a la Neurociencia
3. Teorías psicológicas del aprendizaje
4. Aprendizaje y Neuromarketing: conclusiones finales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. MEMORIA Y NEUROMARKETING

1. Memoria. Definición y aspectos básicos
2. Consolidación y reconstrucción de la memoria
3. Neurociencia y memoria

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INFLUENCIAS DEL CONSUMIDOR

1. Influencias internas
2. Influencias externas
3. Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EXPERTO EN TÉCNICAS DE MARKETING SENSORIAL

1. Del comprador sensorial al cliente recurrente
2. El cliente como prescriptor
3. El circuito de la dopamina
4. Efectos del marketing ante estímulos psicológicos
5. Proceso de cambio de los hábitos de consumo
6. Generación de ventas recurrentes

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EXPERTO EN TÉCNICAS DE NEUROMARKETING ESTRATÉGICO

1. Segmentación de mercado
2. Neurosegmentación
3. La demanda en el neuromarketing estratégico

UNIDAD DIDÁCTICA 12. EXPERTO EN TÉCNICAS DE NEUROMARKETING MIX Y NEUROVENTAS

1. Las 4 Ps en el neuromarketing
2. Fundamentos y metodología de la neuroventa
3. La neurocomunicación en la venta
4. Estrategias producto servicio



- 5. Packaging y neuromarketing
- 6. Factor precio en neuromarketing

MÓDULO 4. PSICOLOGÍA EMPRESARIAL Y COMUNICACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. POLÍTICAS DE GESTIÓN DE PERSONAS

- 1. ¿Qué es la gestión por competencias?
 - 1.- Objetivos de la gestión por competencias
 - 2.- Características de la gestión por competencias
 - 3.- Beneficios del modelo de gestión por competencias
- 2. El proceso de selección
 - 1.- Pruebas para competencia de conocimiento
 - 2.- Pruebas para competencia de habilidad
 - 3.- Pruebas para competencia de actitud
- 3. Formación basada en competencias
- 4. La evaluación en el modelo de gestión por competencias
 - 1.- Evaluación por competencias
 - 2.- Evaluación del desempeño
 - 3.- Evaluación integral de competencias
- 5. Herramientas de evaluación
 - 1.- Evaluación para el desarrollo profesional individual (EDP)
 - 2.- Feed back 360º
 - 3.- Assessment centre
- 6. Política de retribución
 - 1.- Objetivos del sistema retributivo
 - 2.- Elementos del sistema retributivo
- 7. El clima laboral, la motivación y la satisfacción en el trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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
 - 1.- La efectividad de los equipos
- 3. Composición de equipos, recursos y tareas
 - 1.- Tipos de equipos
 - 2.- Las reuniones de los equipos de trabajo
 - 3.- Causas por las que pueden fracasar equipos de trabajo
- 4. Los procesos en los equipos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL LIDERAZGO EN EL EQUIPO

- 1. Liderazgo
- 2. Enfoques en la teoría del liderazgo
 - 1.- Enfoques centrados en el líder





- 2.- Teorías situacionales o de contingencia
- 3. Estilos de liderazgo
 - 1.- Liderazgo supervisor
 - 2.- Liderazgo participativo
 - 3.- Liderazgo en equipo
 - 4.- Otra clasificación de tipos de liderazgo
- 4. El papel del líder
 - 1.- Factores que condicionan el comportamiento de un líder
 - 2.- Habilidades del líder
 - 3.- Funciones administrativas del liderazgo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COACHING Y LIDERAZGO DE EMPRESA

- 1. El coaching como ayuda a la formación del liderazgo
- 2. El coaching como estilo de liderazgo
 - 1.- Directivo-coach
 - 2.- Dirección de equipos y liderazgo
- 3. El coach como líder y formador de líderes
- 4. El líder como coach

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMUNICACIÓN

- 1. Introducción
- 2. Elementos principales del proceso de comunicación
 - 1.- Transmisión de información y de la intención comunicativa
 - 2.- Códigos, codificación-descodificación e inferencias basadas en el contexto
 - 3.- Elementos de la comunicación
 - 4.- Tipos de comunicación
- 3. Niveles de la comunicación
- 4. Elementos que favorecen la comunicación
- 5. Elementos que dificultan la comunicación

UNIDAD DIDÁCTICA 6. COMUNICACIÓN NO VERBAL

- 1. ¿Qué es la comunicación no verbal?
- 2. Componentes de la comunicación no verbal
- 3. El lenguaje corporal
 - 1.- El contacto visual
 - 2.- La proxémica
 - 3.- La postura y la posición
 - 4.- Bloqueos y barreras corporales
 - 5.- Los gestos
 - 6.- El apretón de manos
 - 7.- Cómo ofrecer un contacto visual efectivo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL EFECTIVA





1. Concepto
 - 1.- Definición y características
 - 2.- Principios de eficacia comunicativa
2. Conversación
 - 1.- Características de la conversación
 - 2.- Principios conversacionales estructurales
3. Entrevista
 - 1.- Entrevista como sistema de comunicación
 - 2.- La entrevista laboral
4. Hablar en público
 - 1.- Preparación básica
5. Comunicación en grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN NO VIOLENTA

1. Introducción a la comunicación no violenta
 - 1.- Definición
 - 2.- Modelos teóricos
2. Comunicación no violenta: dar paso a la compasión
3. Comunicación empática
4. Comunicación no violenta en los grupos
5. Observar sin enjuiciar
6. Cómo pedir y recibir
7. Expresar enfado y reconocimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 9. DINÁMICAS DE GRUPOS

1. La dinámica de grupos en la actualidad
 - 1.- Introducción
 - 2.- Situación actual
 - 3.- Tipos de grupo
2. Principios de cohesión
 - 1.- La cohesión en el grupo
 - 2.- Roles que favorecen y entorpecen la cohesión grupal
3. Técnicas de grupo. Definición
 - 1.- Definición y finalidad
 - 2.- Elección de la técnica más adecuada
 - 3.- Clasificación
4. Técnicas de presentación
5. Técnicas de conocimiento y confianza
6. Técnicas para el estudio y trabajo de temas
7. Técnicas de creatividad
8. Técnicas de evaluación y feedback





MÓDULO 5. 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

MÓDULO 6. INGLÉS ATENCIÓN AL PÚBLICO EN EL SECTOR DE LA MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. FASHION INDUSTRY

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NEW CUSTOMER

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NEW COLLECTION

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FITTING ROOM

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMPLEMENTS

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MONEY

UNIDAD DIDÁCTICA 7. THE SHOP

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PHONE

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ORDERS

UNIDAD DIDÁCTICA 10. COMPLAINTS

MÓDULO 7. PROYECTO FIN DE MÁSTER

