

Master de Dependiente de Pescadería



ÍNDICE

1 | Somos Educa
Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y
acreditaciones

4 | By EDUCA
EDTECH
Group

5 | Metodología
LXP

6 | Razones por las
que elegir Educa
Business School

7 | Programa
Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



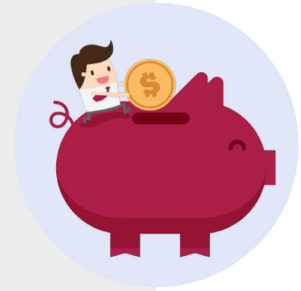
3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Master de Dependiente de Pescadería



DURACIÓN
600 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

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





EDUCA BUSINESS SCHOOL
como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A
con número de documento XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso
con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.
Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.
Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE ÁREA MANAGER



Con Examen Consultivo, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (C/Don. Práxedes Díaz)



Descripción

La expansión de la economía mundial ha dado paso a numerosos cambios en la situación de negocios comerciales, tales como fruterías, pescaderías, carnicerías,.... La población ha ido adaptándose a la disposición de la gran mayoría de los productos pesqueros a lo largo de todo el año, ya sean de origen nacional o internacional. Así, Con este Maestría se aportarán los conocimientos suficientes para poder diferenciar una amplia gama de productos piscícolas, así como conocer y valorar los procesos madurativos por los que pasan dichos productos y las medidas más adecuadas para su manejo con la mayor higiene y seguridad posible. Las técnicas de venta serán también abordadas en La Maestría para así aportar una formación al dependiente de comercio en todos sus ámbitos.

Objetivos

- Conocer y diferenciar los productos de pescadería.
- Aplicar medidas adecuadas de higiene y seguridad en pescaderías.
- Organizar correctamente las técnicas de venta que se pueden aplicar en pescaderías.

Para qué te prepara

La presente maestría está dirigida a todas aquellas personas que estén interesadas, bien por su ámbito profesional, así como a nivel personal, en la adquisición de conocimientos relativos al sector del pescado y derivados, así como la higiene y seguridad y las técnicas de venta que se pueden utilizar en las pescaderías.

A quién va dirigido

Con la realización de la presente maestría aprenderás a diferenciar entre numerosos productos de pescadería, las características de dichos productos y su influencia en la vida de las personas. Estarás preparado para manipular productos de pescadería de forma higiénica y con seguridad. El alumnado recibirá los conocimientos necesarios para dominar las técnicas y actitudes que permiten acoger, atender y vender directamente al cliente productos que no necesitan manipulación específica.

Salidas laborales

Comercial, Dependiente de Pescadería, Economía, Productores piscícolas.

TEMARIO

PARTE 1. DEPENDIENTE DE PESCADERÍA

MÓDULO 1. PRODUCTOS DE PESCADERÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONOCIMIENTO Y DIFERENCIACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE PESCADERÍA. PESCADO

1. Pescado características generales
2. Clasificación y diferenciación de los pescados
3. La acuicultura
4. Factores organolépticos indicativos de calidad y estado de conservación
5. Estacionalidad de los pescados

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CONOCIMIENTO Y DIFERENCIACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE PESCADERÍA. MARISCO

1. Marisco características principales y clasificación
2. Crustáceos características generales
3. Clasificación y diferenciación de los crustáceos
4. Factores organolépticos indicativos de calidad y estado de conservación de los crustáceos
5. Moluscos características generales
6. Clasificación y diferenciación de los moluscos
7. Factores organolépticos indicativos de calidad y estado de conservación de los moluscos
8. Equinodermos características principales y clasificación
9. Estacionalidad del marisco
10. Despojos y productos derivados de los pescados, crustáceos y moluscos
11. Las algas y su utilización

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CORTE Y LIMPIEZA DEL PESCADO Y MARISCO

1. Procedimiento a seguir en la limpieza del pescado
2. Distintos cortes en función de su cocinado
3. Limpieza de crustáceos y moluscos según la especie

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONSERVACIÓN DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS DE PESCADERÍA

1. La calidad de los productos
2. Deterioro del pescado
3. Almacenamiento y conservación de pescados, crustáceos y moluscos

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INFLUENCIA DE LOS PRODUCTOS DE PESCADERÍA EN LA NUTRICIÓN

1. Introducción
2. Clasificación de los alimentos
3. Vitaminas en el pescado

4. Minerales
5. Agua

MÓDULO 2. HIGIENE Y SEGURIDAD EN PESCADERÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MANIPULACIÓN HIGIÉNICA DE ALIMENTOS

1. Los métodos de conservación de los alimentos
2. El envasado y la presentación de los alimentos
3. El etiquetado de alimentos y las marcas de salubridad
4. Prácticas higiénicas y requisitos en la elaboración, transformación, transporte, recepción y almacenamiento de los alimentos
5. Requisitos de los materiales en contacto con los alimentos
6. Higiene del manipulador
7. Higiene en locales, útiles de trabajo y envases
8. Limpieza y desinfección
9. Control de plagas

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS EN EL SECTOR DE PESCADO Y DERIVADOS

1. Pescados y derivados
2. Profundización de los aspectos técnico-sanitarios específicos del sector de los pescados y derivados
3. Los sistemas de autocontrol APPCC y GPCH propios de los pescados y derivados
4. Complimentación e importancia de la documentación de los sistemas de autocontrol: trazabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

1. Introducción
2. Factores y situaciones de riesgo
3. Daños derivados del trabajo
4. Consideraciones específicas de seguridad
5. Medidas de prevención y protección

MÓDULO 3. TÉCNICAS DE VENTA APLICADAS A PESCADERÍAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PROCESO DE COMPRA. CONSUMIDOR EN PESCADERÍAS

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. Psicología del consumidor
6. Variables que influyen en el proceso de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE VENTA. VENDEDOR EN PESCADERÍAS

1. Introducción
2. Tipos de ventas

3. Técnicas de ventas
4. El vendedor
5. Tipos de vendedores
6. Características del buen vendedor
7. Cómo tener éxito en las ventas
8. Actividades del vendedor
9. Nociones de psicología aplicada a la venta

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTOS MERCANTILES EN EL PROCESO DE COMPRA-VENTA EN PESCADERÍAS

1. La ficha del cliente
2. La ficha o catálogo del producto o servicio
3. El documento de pedido
4. El albarán o documento acreditativo de la entrega
5. La factura
6. Cheque
7. Pagaré
8. Letra de cambio
9. El recibo
10. Otros documentos: licencia de uso, certificado de garantía, instrucciones de uso, servicio de atención postventa, otros
11. El libro de reclamaciones y su tratamiento administrativo

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL EN PESCADERÍA

1. El proceso de comunicación
2. Elementos de la comunicación
3. Dificultades de la comunicación
4. Estructura del mensaje
5. Niveles de la comunicación comercial
6. Estrategias para mejorar la comunicación
7. La comunicación comercial y publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HABILIDADES SOCIALES EN EL PROCESO DE COMPRA-VENTA EN PESCADERÍA

1. ¿Qué son las habilidades sociales?
2. Escucha activa
3. ¿Qué es la comunicación no verbal?
4. Componentes de la comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE EN PESCADERÍAS

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

PARTE 2. 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 3. MERCHANDISING, PUBLICIDAD Y ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 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
5. Anexo I. Envoltorio y Paquetería
6. Anexo II. Costes de Presentación y Paquetería

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

