

**Máster en Dirección y Optimización de Corredurías de Seguros + Titulación
universitaria**



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.



Máster en Dirección y Optimización de Corredurías de Seguros + Titulación universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Dirección y Optimización de Corredurías de Seguros con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria de Corredor de Seguros con 5 Créditos Universitarios ECTS y 125 horas.



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 XXXXXXXXX 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 XXXXXXXXXXXXXXX.

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 AREA MANAGER



Con el aval de la Comisión, Categoría Especial del Consejo Económico y Social de la UNED (Plan Propio de Grado)

Descripción

El sector de las corredurías de seguros está en pleno auge, demandando profesionales capacitados capaces de liderar y optimizar procesos con eficacia. El Máster en Dirección y Optimización de Corredurías de Seguros se presenta como una oportunidad única para adquirir las habilidades necesarias que el mercado actual exige. A través de un enfoque integral, este máster te permitirá dominar desde los fundamentos de los seguros, pasando por técnicas de venta, hasta la gestión avanzada del tiempo y recursos humanos. Aprenderás a gestionar y fidelizar clientes, mejorar la calidad del servicio al cliente y perfeccionar tus habilidades de negociación. Además, la modalidad online ofrece flexibilidad para que puedas compaginar tu formación con otras responsabilidades, adaptándose a tus necesidades. En un entorno laboral cada vez más competitivo, este máster te proporcionará las herramientas necesarias para destacarte y avanzar en tu carrera profesional.

Objetivos

- Analizar los tipos de seguros para identificar oportunidades de negocio en el mercado.
- Evaluar el contrato de seguro y protección de datos para garantizar cumplimiento legal.
- Implementar técnicas de marketing para promover servicios de corredurías de seguros.
- Gestionar la tramitación de siniestros para mejorar la satisfacción del cliente.
- Desarrollar habilidades sociales para optimizar el protocolo comercial en ventas.
- Elaborar estrategias de fidelización para aumentar la retención de clientes.
- Aplicar técnicas de negociación para cerrar acuerdos beneficiosos en seguros.

Para qué te prepara

El Máster en Dirección y Optimización de Corredurías de Seguros está diseñado para profesionales y titulados del sector asegurador que buscan profundizar en áreas clave como la gestión estratégica de recursos humanos, técnicas avanzadas de negociación, marketing y fidelización de clientes, así como la optimización de procesos de venta y atención al cliente, mejorando así su competitividad profesional.

A quién va dirigido

El Máster en Dirección y Optimización de Corredurías de Seguros te prepara para liderar eficazmente corredurías de seguros, mejorando tus habilidades en gestión de siniestros, marketing y fidelización de clientes. Aprenderás a negociar y a gestionar el tiempo de manera óptima, además de mejorar tus competencias en comunicación y atención al cliente. También te capacitará para implementar estrategias de recursos humanos y dirección comercial, adaptándote a las demandas actuales del sector asegurador.

Salidas laborales

- Director de correduría de seguros - Consultor en gestión y optimización de seguros - Especialista en fidelización de clientes y marketing asegurador - Responsable de protección de datos en aseguradoras
- Gestor de siniestros - Coordinador de equipos de ventas en seguros - Analista de calidad en atención al cliente - Experto en negociación y resolución de conflictos en seguros

TEMARIO

PARTE 1. CORREDOR DE SEGUROS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS SEGUROS

1. - ¿Qué es el Riesgo?
2. - La actitud frente al Riesgo

1. El seguro
 1. - El seguro en la gestión de los riesgos
 2. - ¿Qué riesgos se pueden asegurar?
 3. - La suma asegurada
 4. - Sobreseguro
 5. - Infraseguro
2. Los principios del seguro
 1. - Principio de solidaridad humana
 2. - Principio de indemnización
 3. - Actividad de servicios
 4. - Actividad Económica y Financiera
3. Comprar un seguro
 1. - Claves para comprar un seguro
 2. - La compra-venta del seguro
4. La protección del asegurado
 1. - ¿Cómo se realiza una reclamación de seguros?
5. Fraude y seguros
 1. - ¿En qué consiste el fraude en seguros?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TIPOS DE SEGUROS

1. Seguros Personales
 1. - Seguro de vida
 2. - Seguros de accidentes personales
 3. - Seguros de salud o enfermedad
2. Seguros de daños o patrimoniales
 1. - Seguros de incendios
 2. - Seguros de responsabilidad civil
 3. - Seguros de automóvil
 4. - Seguros Agrarios
 5. - Seguros de pérdidas pecuniarias diversas
 6. - Seguro de Robos
 7. - Seguros de crédito y caución
 8. - Seguros de Transportes
 9. - Seguros de Ingeniería
 10. - Seguro Multirisgos
3. Seguros de Prestación de Servicios
 1. - Seguros de Defensa Jurídica

2. - Seguro de Asistencia en Viaje
3. - Seguro de Decesos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CONTRATO DE SEGURO. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

1. Concepto y características
2. Formas de protección. Transferencia del riesgo: el seguro
3. Ley de Contrato de Seguro. Disposiciones generales
4. Derechos y deberes de las partes
5. Elementos que conforman el contrato de seguro
 1. - Personales (asegurador, tomador, asegurado, beneficiario)
 2. - Formales (póliza). Solicitud-propuesta-cuestionario, condiciones generales, condiciones particulares, condiciones especiales, suplementos o apéndices -modificaciones, ampliaciones, reducciones, suspensiones-, boletín de adhesión y certificado individual, cartas de garantías, el recibo del seguro
 3. - Reales (prestación garantizada: capital, servicio, reposición, otros, coberturas). Exclusiones. Normativa aplicable, las bases técnicas del seguro -cálculo de probabilidades, estadística, las provisiones y su inversión, el margen de solvencia y el fondo de garantía-, las tarifas, la prima del seguro. -Tipos: fija, variable, única, periódica, inicial, sucesivas, fraccionada, fraccionaria, nivelada, pura, de inventario, de tarifa, total-, la duración del contrato de seguro. Material y formal, prórroga tácita, tiempo, forma y lugar de pago.
 4. - Materiales (objeto del seguro, interés asegurado y principio indemnizatorio)
6. Fórmulas de aseguramiento
 1. - Valor real o de reposición, de uso, de nuevo y estimado
 2. - Total, parcial, a primer riesgo
 3. - Infraseguro, sobreseguro, seguro pleno
 4. - Regla proporcional
 5. - Regla de equidad
 6. - Franquicia: dineraria, porcentual, temporal, plazos de carencia
7. Clases de pólizas
 1. - Individuales y colectivas
 2. - Simples y combinadas
 3. - Nominativas, a la orden, al portador
 4. - Ordinarias, abiertas, flotantes
8. Clasificación y modalidades de seguro
9. 8.1 El seguro sobre las personas (vida-ahorro, riesgo y mixto-, accidentes, enfermedad, asistencia sanitaria, decesos)
 1. - Seguro contra daños materiales (incendio, robo, cristales, transportes de mercancías, agrarios combinados, cascos (vehículos terrestres, ferroviarios, aéreos, marítimos, lacustres y fluviales))
 2. - Seguros contra el patrimonio (responsabilidad civil, crédito, caución, pérdidas pecuniarias diversas, defensa jurídica, asistencia)
 3. - Seguros combinados o multirriesgos: hogar, comercio, comunidades, industriales, vehículos, embarcaciones, otros
 4. - Seguro de riesgos extraordinarios
 5. - Seguros obligatorios y voluntarios
10. Disposiciones Generales de la Protección de Datos de Carácter Personal
 1. - La Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal

2. - Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal
11. Principios que rigen en materia de protección de datos de carácter personal
12. La Agencia Española de Protección de Datos
 1. - Órganos que interviene en el funcionamiento de la Agencia Española de Protección de Datos
 2. - La Agencia de Protección de Datos en las Comunidades Autónomas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INSTITUCIÓN ASEGURADORA

1. La Institución Aseguradora: objetivo y principios
2. Aspectos técnicos del contrato de seguro: bases técnicas y provisiones
 1. - Bases técnicas
 2. - Provisiones Técnicas
3. La distribución del riesgo entre aseguradores: coaseguro y reaseguro
4. El sistema financiero español y europeo
 1. - Entidades públicas y privadas que lo componen
 2. - Características, estructura, evolución, elementos y funciones
5. Normativa general europea de seguros privados. Directivas
6. Normativa española de seguros privados
 1. - Ley de Contrato de seguro
 2. - Ley de Ordenación y Supervisión del Seguro Privado
 3. - Ley de Mediación de Seguros y Reaseguros
 4. - Código de Comercio, otros
7. El mercado único de seguros en la UE (EEE)
8. Derecho de establecimiento y libre prestación de servicios en la UE
9. La actividad de mediación de seguros y reaseguros en el Mercado Único
 1. - Organigrama del sector seguros en España
10. Organismos reguladores
 1. - Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones
 2. - Registro administrativo especial de mediadores de seguros, corredores de reaseguros y de sus altos cargos
 3. - PUI de mediadores de seguros y reaseguros (Dirección General de Seguros y/o comunidades autónomas)
 4. - Consorcio de Compensación de Seguros
 5. - Junta Consultiva de Seguros
11. Elaboración y presentación de informes del análisis del sector y entorno nacional y europeo de seguros
12. El Blanqueo de capitales
13. Clases de mediadores. Funciones, forma jurídica y actividades
 1. - Agentes: Agente de seguros exclusivo. Agente de seguros vinculado a varias entidades aseguradoras
 2. - Operador de banca-seguros: Operador de banca-seguros exclusivo. Operador de banca-seguros vinculado
 3. - Corredores: Corredor de seguros. Corredor de reaseguros
 4. - Auxiliares externos de los mediadores de seguros
14. Los canales de distribución del seguro de la actividad de mediación
 1. - Canal tradicional

2. - Distribución en el sector financiero
 3. - Otros canales de distribución
15. Gerencia de Riesgos
1. - El riesgo. Concepto
 2. - Tratamiento del riesgo: identificación-clasificación, análisis-selección, evaluación-vigilancia
 3. - Metodología y sistemas. Desglose de tareas, diagramas, técnicas cualitativas, cuantitativas, árboles de decisión, simulación, modelización, otros, mapa, lista y plan de riesgos
 4. - La transferencia de riesgos. El outsourcing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING

1. Estructuras comerciales en el sector seguros
 1. - El ciclo de la gestión comercial en el sector
 2. - Proceso y fases en la venta en seguros
2. Marketing de servicios y marketing de seguros
 1. - Concepto de marketing
 2. - Marketing interactivo
 3. - Marketing interno
 4. - El marketing mix en seguros. Concepto y elementos operativos
3. El plan de marketing en seguros
 1. - Análisis de la situación
 2. - Estrategia de marketing
 3. - Determinación del sistema de promoción
 4. - Tácticas de marketing (marketing-mix)
4. Investigación y segmentación de mercados
 1. - El mercado de referencia
 2. - El análisis de la situación del mercado objetivo
 3. - Análisis del entorno
 4. - Investigación de mercados
 5. - La segmentación de mercados
 6. - Mercado teórico, actual, potencial y futuro. La competencia
 7. - Aplicación de técnicas de segmentación e investigación de mercados de la actividad de mediación: DAFO, características generales, oferta y demanda de productos de seguros y reaseguro, posicionamiento
5. El producto y la política de precios
 1. - El concepto de producto
 2. - La percepción del producto por el consumidor
 3. - La rentabilidad del producto y su ciclo de vida
 4. - El precio del producto: las primas
6. La distribución en el sector de los seguros
 1. - La distribución del producto
 2. - La venta personal como estrategia de distribución
 3. - La figura del inspector y sus funciones como motor de la acción comercial
 4. - La venta directa o marketing directo
7. La comunicación como variable del marketing-mix
8. La comunicación
 1. - Las acciones promocionales

2. - La comunicación publicitaria
3. - Otras formas específicas de comunicación
4. - Imagen y situación en el mercado
9. Prospección y análisis de cartera de clientes de la actividad de mediación de seguros y reaseguros
 1. - Las fuentes de información en el sector seguros
 2. - Bases de datos de clientes
10. El cliente. Necesidades y motivaciones de compra. Hábitos y comportamientos
 1. - Criterios de segmentación: características personales, socioeconómicas, volumen de primas contratadas, propensión a la compra, riesgos
 2. - Variables de decisión en la contratación de seguros y reaseguros
 3. - Previsiones de la evolución de la cartera
 4. - Revisión sistemática de la cartera
 5. - Planificación de visitas y entrevistas de venta de seguros, presenciales o telefónicas en la actividad de mediación de seguros y reaseguros
 6. - El control de la producción
 7. - Índice de aprovechamiento del mercado
11. El servicio de asistencia al cliente
 1. - El servicio integral: acercamiento, emisión de la póliza, pago de primas, siniestros (asistencia al cliente, liquidación)
12. La fidelización del cliente
 1. - Técnicas de fidelización
 2. - Acciones de seguimiento: ratios de eficacia, nivel de aseguramiento, actualización de coberturas, nuevas necesidades personales y profesionales
13. Estrategias de desarrollo de cartera y nueva producción de la actividad de mediación de seguros y reaseguros

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TRAMITACIÓN DE SINIESTROS

1. Obligaciones del tomador
2. Obligaciones del asegurador
3. Pérdida de prestaciones
4. Determinación de los daños
5. Determinación de la indemnización
6. Normas para determinar la indemnización
7. Subrogación, repetición y prescripción
8. Siniestro de automóviles

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROTECCIÓN Y CONDUCTA

1. Protección y conducta
2. Protección de datos
 1. - Principio de la formativa de protección de datos
3. Secreto Bancario
 1. - Debe ser Confidencial
 2. - Comunicaciones Judiciales
4. Prevención del Blanqueo de capitales
 1. - El Blanqueo de Dinero
 2. - Colaboración del Sistema Financiero en la prevención

5. Protección de los Consumidores

1. - Defensa de los consumidores y usuarios
2. - Normativa de crédito al consumo
3. - El consumidor
4. - Forma y contenido del contrato
5. - Publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LOS AGENTES DE SEGUROS

1. Agentes de seguros
2. Visión general sobre la labor de asesoramiento por parte de los mediadores
3. El asesoramiento por parte del Agente de Seguros
4. Protección del Cliente y de los datos
5. 5.1 Protección del Cliente
6. 5.2 Protección de los datos
7. Conclusiones sobre la labor de asesoramiento por parte de los Agentes de Seguros

UNIDAD DIDÁCTICA 9. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL

1. ¿Qué son las habilidades sociales?
 1. - Cómo se desarrollan las habilidades sociales
 2. - Habilidades sociales en las reuniones de trabajo
 3. - La empatía
 4. - La asertividad
 5. - La autoestima
2. Escucha activa
3. Lenguaje corporal
 1. - Expresión facial
 2. - Contacto visual
 3. - Postura del cuerpo
 4. - Gestos y movimientos
 5. - Distancias
 6. - Lenguaje de las manos
 7. - La sonrisa
 8. - Nuestra imagen

UNIDAD DIDÁCTICA 10. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. Principales causas de la insatisfacción del cliente
2. La excelencia en la atención al cliente
 1. - Elementos de la calidad en la atención
3. Causas de la Lealtad
 1. - La promoción
 2. - Reglas básicas para hacer una promoción de fidelización
4. Consecuencias de la Lealtad
5. La escalera de la lealtad
 1. - Los peldaños de la escalera
 2. - Conseguir el cliente abogado
 3. - Los clientes rentables

6. Programas de Fidelización

PARTE 2. TÉCNICAS DE VENTA Y ADMINISTRACIÓN COMERCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. TEORÍAS DE LA VENTA. EL VENDEDOR

1. Introducción
2. Teorías de la venta
3. ¿Quién es el/la vendedor/a?
4. Clases de vendedores/as
5. Actividades del vendedor/a
6. Características del buen vendedor/a
7. Los conocimientos del vendedor/a
8. La persona con capacidad de persuasión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. 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 3. TIPOS DE VENTAS. LA PLATAFORMA COMERCIAL Y PLAN DE ACCIÓN

1. Venta directa
2. Venta a distancia
3. Venta multinivel
4. Venta personal
5. Otros tipos de venta
6. La plataforma comercial
7. El/la cliente/a actual
8. El/la cliente/a potencial
9. La entrevista de ventas. Plan de acción
10. Prospección
11. Cómo debe reaccionar el vendedor/a ante las objeciones
12. Seis fórmulas para cerrar
13. La Despedida
14. Venta a grupos
15. Venta por Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROCESO DE DECISIÓN E INFLUENCIAS DE COMPRA EN EL MERCADO

1. Introducción
2. Reconocimiento del Problema
3. Tipos de decisiones
4. Búsqueda de información
5. La elección del establecimiento
6. La elección de la marca
7. Compras racionales e irracionales
8. Las compras impulsivas
9. Evaluación de la postcompra
10. Influencias del proceso de compra
11. Variables que influyen en el proceso de compra
12. La segmentación del mercado
13. Criterios de segmentación
14. Tipología humana
15. Información personal previa que se pide obtener de los/as clientes/as
16. Tipologías de los/as clientes/as
17. Clasificación sobre tipos de clientes/as
18. Motivaciones psicológicas del consumidor/a
19. Necesidades fisiológicas
20. Necesidades de seguridad
21. Necesidades sociales
22. Necesidades de reconocimiento/estima
23. Necesidades de autoesperación/auto realización
24. La teoría de los factores, de herzberg

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMUNICACIÓN ORAL, EXPRESIÓN ESCRITA Y ESCUCHA EN LA VENTA

1. Introducción
2. Defectos frecuentes por parte del/la que habla
3. Defectos frecuentes por parte del/la oyente
4. Leyes de la Comunicación
5. Principios de la Comunicación
6. El proceso de comunicación
7. Mensajes que facilitan el diálogo
8. La retroalimentación
9. Ruidos y barreras en la comunicación
10. Cómo superar las barreras en la comunicación
11. La expresión oral en la venta
12. Cómo llevar a cabo la expresión oral en la venta
13. La expresión escrita en la venta
14. Las veinte sugerencias para la comunicación escrita
15. La escucha en la venta
16. Como mejorar la capacidad de escuchar
17. Tipos de Preguntas
18. La comunicación no verbal
19. Emitiendo señales, creando impresiones
20. Los principales componentes no verbales
21. La asertividad
22. Tipología de personas

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CENTROS COMERCIALES

1. Centros comerciales
2. Competencia con otras tiendas del centro comercial
3. Campañas comerciales
4. Comisiones de vendedores
5. Horarios de centros comerciales y festivos
6. Jefes de sección

PARTE 3. CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. POR QUÉ LA CALIDAD

1. Conceptos Generales.
2. Definiciones de "Calidad".
3. Evolución de la Calidad.
4. Cuánta Calidad Ofrecer.
5. Costes de calidad.
6. Que es un sistema de gestión de la calidad. Historia.
7. Ocho principios de gestión de la calidad.
8. Beneficios de un sistema de gestión de calidad.
9. Círculos de control de calidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DECISIONES QUE INFLUYEN AL CLIENTE.

1. Las decisiones sobre los productos.
2. Las decisiones sobre distribución.
3. Las decisiones sobre precios.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

1. Servicio al cliente.
2. La calidad del servicio al cliente.
3. Asistencia al cliente.
4. Indicaciones de la asistencia al cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CALIDAD PERCIBIDA Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE.

1. Introducción.
2. Herramientas de medida de la calidad percibida.
3. Calidad percibida por el consumidor.
4. Calidad de servicio.
5. ¿Por qué medir la calidad percibida?
6. ¿Por qué resulta difícil medir la calidad percibida?
7. Herramientas para medir la satisfacción del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CLIENTE

1. El cliente.
2. Comportamiento del cliente.

3. Necesidades del cliente.
4. Tipos de clientes.
5. Análisis de comportamiento del cliente.
6. Factores de influencia en la conducta del cliente.
7. Modelos de comportamiento del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL VENDEDOR

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.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COMUNICACIÓN VERBAL

1. Introducción.
2. Defectos frecuentes de la comunicación.
3. Leyes de la Comunicación.
4. Principios de la Comunicación.
5. El proceso de Comunicación.
6. Mensajes que faciliten el diálogo.
7. Obstructores de la Comunicación.
8. La retroalimentación.
9. Ruidos y barreras en la Comunicación.
10. La expresión oral en la venta
11. Veinte sugerencias para la Comunicación oral
12. Conclusión: consejos prácticas para mejorar la Comunicación.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ACTITUD Y COMUNICACIÓN NO VERBAL.

1. Introducción.
2. ¿Qué es la Comunicación no verbal?
3. Componentes de la Comunicación no verbal.
4. El contacto visual.
5. La proxémica.
6. La postura y la posición.
7. Bloqueos y barreras corporales.
8. Los gestos.
9. El apretón de manos.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TRATAMIENTO DE QUEJAS, DUDAS, RECLAMACIONES Y OBJECIONES.

1. Introducción.
2. ¿Por qué surgen las reclamaciones?
3. Directrices en el tratamiento de quejas y objeciones.
4. ¿Qué hacer ante el cliente?
5. ¿Qué no hacer ante el cliente?

6. Actitud ante las quejas y reclamaciones.
7. Tratamiento de dudas y objeciones.
8. Atención telefónica en el tratamiento de quejas.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEGURIDAD E HIGIENE

1. Seguridad; los riesgos.
2. Higiene y calidad del ambiente.
3. Comfort y ambientes de trabajo.
4. Métodos de conservación y manipulación de alimentos.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL SIGLO XXI

PARTE 4. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LAS REUNIONES

1. Introducción
2. Tipos de reuniones
3. Terminología usada en las reuniones, juntas y asambleas
4. Etapas de una reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE REUNIONES

1. Definición de los objetivos
2. Definición de los contenidos
3. Elección de los participantes
4. Definición de la metodología
5. Definición del marco de acción
6. Elaboración de la convocatoria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIRECCIÓN DE REUNIONES, DESARROLLO Y CIERRE DE LA REUNIÓN

1. Realizar la presentación
2. El arte de preguntar y responder
3. Clases de preguntas
4. Cómo formular preguntas
5. Cómo responder preguntas
6. Intervención de los participantes
7. Utilización de medios técnicos y audiovisuales
8. Reuniones presenciales
9. Reuniones a distancia
10. Cierre de la reunión
11. Elaboración del acta de reunión

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 5. 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 6. RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y TOMA DE DECISIONES

1. Habilidades de resolución de problemas
2. Técnicas básicas de resolución de problemas
3. Técnicas más usadas para la resolución de problemas
4. Método de D'Zurilla y Nezu (1982)
5. El análisis de decisiones
6. Toma de decisiones: el proceso de decisión
7. El proceso de decisión
8. Tomar las decisiones en grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA NEGOCIACIÓN

1. Concepto de negociación
2. Estilos de negociación
3. Los caminos de la negociación
4. Fases de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

1. Estrategias de negociación
2. Tácticas de negociación
3. Cuestiones prácticas
4. Lugar de negociación
5. Iniciar la negociación
6. Claves de la negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. 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 10. 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 11. LAS RELACIONES GRUPALES

1. El funcionamiento del grupo
2. Principios de funcionamiento del grupo
3. Condiciones básicas para la acción del grupo
4. Relaciones entre grupos y conducta intergrupala
5. El rol en el grupo
6. El liderazgo en el grupo
7. Concepto de liderazgo
8. Estilos de liderazgo
9. El papel del líder
10. La comunicación en el grupo

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA DINÁMICA DE GRUPOS

1. ¿Qué es la dinámica de grupos?
2. Definición
3. Orígenes históricos
4. ¿Qué son las técnicas grupales?
5. Definición y objetivos de las técnicas grupales
6. Utilidad de las técnicas grupales
7. Clasificación de las técnicas grupales
8. Fundamentos de selección y aplicación de las técnicas grupales
9. Criterios de selección de la técnica
10. Normas generales para el uso de las técnicas de grupo

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

PARTE 5. GESTIÓN DEL TIEMPO Y PLANIFICACIÓN DE TAREAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA TEMPORALIZACIÓN

1. Introducción.
2. ¿Qué es el tiempo?
3. Contextualización histórica.
4. El tiempo en la actualidad.
5. Clasificación del tiempo.
6. El tiempo como recurso de la empresa.
7. Análisis y diagnóstico sobre el uso del tiempo.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. AUTOCONOCIMIENTO Y GESTIÓN DEL TIEMPO

1. Introducción.
2. Diferentes hábitos inadecuados.
3. Tiempo de dedicación y tiempo de rendimiento.
4. Cansancio y rendimiento.
5. Influencia del entorno laboral.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS LADRONES DEL TIEMPO

1. Introducción.
2. Interrupciones.
3. Imprevistos.
4. Reuniones.
5. Papeleo.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PLANIFICACIÓN DEL TIEMPO

1. Introducción.
2. Planteamiento de los objetivos.
3. Cómo programar el tiempo.
4. Las TIC a nuestro servicio.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DELEGACIÓN DE LAS TAREAS

1. Introducción.

2. Ventajas de la delegación.
3. Las fases de la delegación.
4. Qué tareas delegar.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS PARA LA ORGANIZACIÓN DE LAS REUNIONES

1. Realizar la presentación.
2. El arte de preguntar y responder.
3. Intervención de los participantes.
4. Utilización de medios técnicos y audiovisuales.
5. Cierre de la reunión.
6. Elaboración del acta de reunión.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. BURNOUT

1. ¿Qué es el Burnout?
2. Tipos de Burnout.
3. Fases del Burnout.
4. Causas del Burnout.
5. Síntomas del Burnout.
6. Consecuencias del Burnout.
7. Relaciones entre Estrés y Burnout.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA AUTOESTIMA: CONCEPTOS CLAVES PARA LUCHAR CONTRA EL ESTRÉS

1. Definición de autoestima: autoestima alta, baja y su desarrollo.
2. Auto-respeto.
3. Cómo hacer frente a las críticas. Responder a las quejas.
4. Creatividad y Auto-realización en el trabajo.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PREVENCIÓN Y MANEJO DEL ESTRÉS LABORAL

1. Medidas de prevención e intervención.
2. Técnicas para la prevención del estrés.
3. Intervenciones en situaciones de crisis.

PARTE 6. DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MODELOS ORGANIZATIVOS: LA HUMANIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1. La importancia de las organizaciones.
2. Aproximación conceptual a la organización.
3. Tipos de organizaciones.
4. La estructura.
5. Cambio y desarrollo en la organización.
6. El coach como agente de cambio.
7. Impactos derivados de la introducción de una cultura de coaching.
8. Profesionales con vocación de persona.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RRHH

1. Conceptualización
2. Perspectivas en la dirección estratégica de los recursos humanos
3. La relación entre la estrategia empresarial y la de recursos humanos
4. Modelos de gestión estratégica de RRHH
5. Proceso de DERRHH
6. Barreras a la DERRHH

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NUEVOS RETOS DEL DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS

1. Wellbeing: el bienestar en el trabajo
2. El clima laboral y productividad 2.0
3. El empowerment o empoderamiento
4. De la ética empresarial a la responsabilidad social corporativa
5. La consultoría de Recursos Humanos
6. El responsable de Recursos Humanos como arquitecto de la estrategia

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

1. La importancia del profesiograma
2. El proceso de reclutamiento
3. Canales de reclutamiento
4. Tipos de reclutamiento
5. El proceso de selección
6. Test de selección
7. La entrevista laboral
8. Entrevistas estructuradas
9. Dinámicas de Grupo
10. Plan de acogida

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA ESTRATEGIA DE RECLUTAMIENTO 3.0

1. El uso de las nuevas tecnologías en la búsqueda de trabajo.
2. La estrategia del Employer Branding.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE E-LEARNING PARA APOYAR LA FORMACIÓN

1. Introducción.
2. Internet va a incidir decisivamente en la forma de enseñar y aprender.
3. Marco teórico.
4. Ventajas del e-learning en la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SISTEMAS DE FORMACIÓN

1. La formación como opción estratégica
2. Diagnóstico de las necesidades de formación
3. La elaboración del plan de formación
4. Diseño y gestión de las acciones formativas
5. Financiación de la formación continua

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS

1. Las competencias, un nuevo enfoque para la gestión empresarial.
2. Competencias en el contexto laboral
3. ¿Cómo se adquieren las competencias?
4. Competencias. Tipología y significado

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GESTIÓN POR COMPETENCIAS. IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS

1. Gestión por competencias.
2. Objetivos del proceso de gestión por competencias.
3. Características de la gestión por competencias.
4. Beneficios del modelo de gestión por competencias.
5. Definición e implantación de un sistema de gestión por competencias.
6. Políticas o estrategias de un sistema de gestión por competencias.
7. Metacompetencias.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. POLÍTICA DE RETRIBUCIÓN

1. Importancia de la política retributiva
2. Objetivos del sistema retributivo
3. Elementos del paquete retributivo
4. Factores que afectan al diseño de la estrategia de retribuciones
5. Evaluación del desempeño por competencias y retribución

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA MOTIVACIÓN EN LA EMPRESA.

1. Teorías de la Motivación.
2. Tipos de motivación y estándares de eficacia.

