

**Máster en Liderazgo y Estrategia Comercial Inmobiliaria + 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 Liderazgo y Estrategia Comercial Inmobiliaria + Titulación universitaria



**DURACIÓN**  
1500 horas



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS**  
8 ECTS

### Titulación

---

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Liderazgo y Estrategia Comercial Inmobiliaria 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 de Curso de Agente Inmobiliario con 200 horas y 8 ECTS expedida por UTAMED - Universidad Tecnológica Atlántico Mediterráneo.



**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/XXXXXXX/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 AREA MANAGER



Con el Visto Bueno de la Consejería de Economía y Social de la SRECCO (Plan Propio de Grado)

## Descripción

En un sector inmobiliario en constante transformación, la demanda de profesionales capacitados y con visión estratégica es más alta que nunca. El Máster en Liderazgo y Estrategia Comercial Inmobiliaria te ofrece una oportunidad única para diferenciarte. A través de un enfoque integral que abarca desde la gestión de ventas y alquileres, hasta la valoración y tasación de inmuebles, este programa te equipa con habilidades esenciales para navegar y liderar en el mercado inmobiliario actual. Aprenderás técnicas avanzadas de prospección, negociación y marketing, incluyendo el uso de Internet como canal de venta para maximizar tus oportunidades de negocio. Además, el máster te prepara para gestionar equipos comerciales y atender a clientes internacionales con módulos de inglés comercial. Este máster online te permite aprender de manera flexible, adaptándose a tus necesidades y ritmo de vida. Potencia tu carrera y conviértete en un líder del sector inmobiliario.

## Objetivos

- Dominar las técnicas de captación inmobiliaria y negociación efectiva.
- Aplicar estrategias avanzadas de marketing online para la venta inmobiliaria.
- Gestionar la documentación legal y contratos en operaciones inmobiliarias.
- Analizar y aplicar métodos de valoración de inmuebles y urbanismo.
- Diseñar campañas de marketing y promoción inmobiliaria efectivas.
- Liderar equipos comerciales en la comercialización inmobiliaria.
- Implementar técnicas de venta personal en el proceso inmobiliario.

## Para qué te prepara

---

El Máster en Liderazgo y Estrategia Comercial Inmobiliaria está dirigido a profesionales y titulados del sector inmobiliario que buscan profundizar en temas avanzados como marketing inmobiliario, valoración de inmuebles y gestión de equipos de ventas. Es ideal para quienes desean actualizar sus habilidades en estrategias de comercialización y liderazgo en un entorno competitivo.

## A quién va dirigido

---

Con el Máster en Liderazgo y Estrategia Comercial Inmobiliaria, te prepararás para liderar equipos de ventas, gestionar promociones y negociar eficazmente en el competitivo mercado inmobiliario. Adquirirás habilidades en marketing, comercialización online y valoración de inmuebles, además de profundizar en aspectos jurídicos y fiscales. Al finalizar, serás capaz de implementar estrategias comerciales, gestionar contratos y resolver conflictos dentro de tu equipo, potenciando así tu capacidad de liderazgo en el sector.

## Salidas laborales

---

'- Director de ventas inmobiliarias - Consultor en marketing inmobiliario - Gestor de propiedades y arrendamientos - Especialista en tasaciones y valoraciones - Responsable de campañas de promoción inmobiliaria - Líder de equipos comerciales - Asesor en financiación de operaciones inmobiliarias - Agente inmobiliario especializado - Experto en comercialización online de inmuebles

# TEMARIO

---

## PARTE 1. AGENTE INMOBILIARIO

### MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN INMOBILIARIA

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN INMOBILIARIA

1. Importancia económica y jurídica.
2. La profesión de técnico en gestión inmobiliaria.
3. El contrato de mandato.
4. El contrato de arrendamiento de servicios.
5. Contrato de mediación y corretaje.
6. La nota de encargo.

### MÓDULO 2. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN INMOBILIARIA

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PROMOCIÓN INMOBILIARIA

1. Introducción
2. Qué es un promotor inmobiliario
3. Presupuesto de obra
4. Promotores novatos
5. Definición de promoción inmobiliaria especulativa y conceptos relacionados
6. Regulación en la ordenación de la edificación
7. Algunos rasgos de la problemática general
8. El problema concreto de la viabilidad financiera
9. El problema concreto del precio a pagar por el solar
10. La opción optimizada - estudios alternativos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

1. Marketing y Comercialización

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. DERECHO PROFESIONAL INMOBILIARIO

1. Los derechos reales
2. La propiedad y los derechos reales limitativos del dominio
3. La compraventa y el contrato de compraventa
4. Nociones generales del contrato de compraventa
5. El derecho inmobiliario registral
6. El registro de la propiedad
7. Los derechos reales de garantía: la hipoteca

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÓDIGO DEONTOLÓGICO PARA PROFESIONALES INMOBILIARIOS

1. ¿Qué es el Código Deontológico?
2. El Código Deontológico en la Profesión Inmobiliaria

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS EN LA ADQUISICIÓN Y EL ARRENDAMIENTO DE VIVIENDAS

1. Regulación de los derechos del consumidor y usuario
2. El alquiler de la vivienda

## MÓDULO 3. EXPERTO EN GESTIÓN DE VENTAS Y ALQUILERES DE INMUEBLES

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS DERECHOS REALES. LA PROPIEDAD Y LOS DERECHOS REALES LIMITADOS DE DOMINIO

1. Introducción.
2. Derecho de propiedad: concepto, contenido y objeto.
3. Protección constitucional de derecho de propiedad.
4. El usufructo.
5. La servidumbre.
6. Limitaciones del dominio.
7. Conflictos de vecindad.
8. La propiedad inmobiliaria: propiedad urbana. Propiedad rústica.
9. Clasificación del suelo.
10. Limitaciones y derechos derivados.
11. Limitaciones a las parcelaciones.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA (I)

1. Trámites previos a la compraventa.
2. Contrato de arras.
3. Contrato de opción de compra.
4. Promesa de compra y venta.
5. Modelos de precontrato.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA (II)

1. Importancia económica y jurídica.
2. Concepto y características del contrato.
3. Sujetos de la compraventa.
4. Objeto de la compraventa: la cosa y el precio.
5. Forma y perfección de la compraventa.
6. Obligaciones del vendedor: la entrega. El saneamiento.
7. Obligaciones del comprador: obligación de pagar el precio. Obligación de pagar intereses.
8. Modelos de contratos.

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL DERECHO INMOBILIARIO REGISTRAL

1. Concepto, naturaleza jurídica, caracteres y contenido.
2. La publicidad registral: naturaleza jurídica, objeto y fines.
3. Instrumento de esta publicidad: el registro de la propiedad.

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD

1. El registro de la propiedad.
2. La finca como objeto del registro.
3. La inmatriculación.
4. Títulos inscribibles.
5. Situaciones que ingresan en el registro.
6. Los títulos inscribibles: objeto formal de entrada en el registro de la propiedad.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROCEDIMIENTO REGISTRAL

1. El asiento de presentación.
2. La calificación registral.
3. La inscripción en el registro de la propiedad.
4. La fe pública registral.
5. Anotaciones preventivas.
6. Otros asientos registrales.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS DERECHOS REALES DE GARANTÍA: LA HIPOTECA

1. Los derechos reales de garantía.
2. La hipoteca inmobiliaria.
3. Los sujetos de la relación hipotecaria.
4. La constitución de la hipoteca.
5. El objeto de la hipoteca.
6. La obligación asegurada por la hipoteca.
7. La extinción de la hipoteca.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO (I)

1. Concepto y características.
2. Elementos del contrato.
3. Normativa.
4. Derechos y deberes del arrendatario.
5. El subarriendo.
6. Obligaciones del arrendador.
7. Enajenación de la cosa arrendada.
8. Extinción del arrendamiento.
9. El juicio de desahucio.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO (II)

1. La legislación especial sobre arrendamientos urbanos.
2. Tipos de contratos de arrendamientos urbanos.
3. Contrato de arrendamiento de vivienda.
4. Duración del contrato, prórrogas.
5. La renta.
6. La fianza.
7. Obras de conservación y mejora.
8. Cesión y subarriendo.
9. La subrogación en el contrato de arrendamiento.

10. Extinción del contrato.
11. Indemnización del arrendatario.
12. Régimen transitorio de los contratos anteriores al

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO (III)

1. Arrendamiento para uso distinto al de la vivienda.
2. Cesión, subarriendo y subrogación.
3. Duración.
4. Renta.
5. La fianza.
6. Obras de conservación y mejora.
7. Extinción del contrato.
8. Indemnización al arrendatario.
9. Régimen transitorio de los contratos de arrendamiento de local de negocio.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA PROPIEDAD HORIZONTAL I. CONSTITUCIÓN Y EXTINCIÓN

1. Definición
2. Formas de creación. Proceso de constitución
3. Requisitos para constituir una comunidad de propietarios
4. La propiedad horizontal y el registro de la propiedad
5. La extinción de la propiedad horizontal
6. El Título Constitutivo
7. Cuestiones

#### UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA PROPIEDAD HORIZONTAL II. FIGURAS JURÍDICAS ANÁLOGAS

1. Las comunidades de bienes y su relación con la LPH
2. Complejos inmobiliarios privados
3. El aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles
4. Garajes
5. Cuestiones

#### MÓDULO 4. TASACIONES Y VALORACIONES INMOBILIARIAS

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. Conceptos y definiciones.
2. Principios generales de la valoración.
3. Objeto y finalidades de la valoración inmobiliaria.

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. VALORACIÓN DE INMUEBLES Y URBANISMO

1. Definiciones previas a la valoración de inmuebles.
2. Nociones básicas sobre urbanismo.

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. NORMATIVA APLICABLE A LAS PERITACIONES Y TASACIONES INMOBILIARIAS

1. La valoración de inmuebles y de determinados derechos para ciertas finalidades financieras.

2. Regulación de las normas técnicas de valoración y valores del suelo.
3. La Ley del Suelo
4. Régimen Jurídico de homologación para las valoraciones de bienes inmuebles
5. Ley General Tributaria
6. Ley Hipotecaria
7. Regulación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
8. Disposiciones del Código Civil.
9. Ley de Enjuiciamiento Civil.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTODOS DE VALORACIÓN

1. Cálculo de Valor de Reemplazamiento Bruto y Neto por el Método de Coste.
2. Cálculo del valor de Mercado por el Método de Comparación.
3. Valoración de inmuebles que producen rentas o son susceptibles de llegar a producirlos por el método de actualización de rentas.
4. Cálculo del valor hipotecario y de mercado de un bien por el método residual.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. VALORACIÓN DE BIENES INMUEBLES Y DERECHOS

1. Cuestiones previas a la valoración de inmuebles y derechos.
2. Valoración de edificios y elementos de un edificio.
3. Valoración de fincas rústicas.
4. Valoración de solares y terrenos.
5. Valoración de determinados derechos y los bienes objeto de los mismos.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN DE INFORMES Y CERTIFICADOS DE TASACIÓN

1. Aspectos generales en la elaboración de informes de tasación.
2. Aspectos formales de los informes y certificados de valoración.
3. Estructura general de los informes y certificados de tasación.
4. Régimen de responsabilidad del tasador.

### PARTE 2. EXPERTO EN CAPTACIÓN DE INMUEBLES E INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MERCADO INMOBILIARIO Y DISTRIBUCIÓN INMOBILIARIA.

1. El sector inmobiliario
2. Características del mercado inmobiliario
3. La agencia inmobiliaria
4. Posicionamiento y estrategia de la agencia inmobiliaria en el mercado local

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE PROSPECCIÓN Y LOCALIZACIÓN DE INMUEBLES

1. La función de prospección del mercado inmobiliario
2. Rutas de prospección
3. Técnicas de localización de inmuebles
4. Calificación de los prospectos

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CAPTACIÓN INMOBILIARIA.

1. Técnicas de aproximación a los prospectos
2. Técnicas personales en la captación de encargos de intermediación
3. La Entrevista de Captación
4. Argumentario de captación y el tratamiento de objeciones
5. Otros recursos para la captación.
6. Documentación de la captación
7. El final de la captación.
8. Uso de los datos obtenidos en la captación

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE INTERMEDIACIÓN Y NEGOCIACIÓN.

1. Tipos de encargos de intermediación inmobiliaria
2. Negociación de los términos del encargo de mediación inmobiliaria
3. Acuerdos de captación en exclusiva
4. El contrato de exclusiva.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. SISTEMAS DE GESTIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA.

1. Características de los sistemas de gestión inmobiliaria
2. Sistemas de organización y archivo de la información captada
3. El trabajo en red inmobiliaria
4. Otras iniciativas emergentes en la gestión comercial inmobiliaria

### PARTE 3. EXPERTO EN VALORACIÓN DE INMUEBLES Y ALQUILERES

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. VALORACIÓN DE INMUEBLES Y MARCO NORMATIVO.

1. Objetivos y función de la valoración de inmuebles.
2. Conceptos básicos en la tasación de inmuebles
3. Principios de valoración
4. Fuentes de información de precios y alquileres
5. Tipos de valoración
6. Legislación aplicable a la tasación de inmuebles.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. MÉTODOS DE VALORACIÓN DE INMUEBLES.

1. Método de comparación para el cálculo del valor de mercado.
2. Método de capitalización de las rentas para el cálculo del valor en venta.
3. Método del coste.
4. Método residual para el precio del suelo.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. INFORME DE TASACIÓN DEL INMUEBLE.

1. Tipos de informes
2. Estructura del informe de tasación del precio de un inmueble
3. Análisis e interpretación del informe de valoración del precio.

### PARTE 4. MARKETING ONLINE DE INMUEBLES: EXPERTO EN COMERCIALIZACIÓN INMOBILIARIA A TRAVÉS DE INTERNET

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1. Las relaciones comerciales a través de Internet.
2. Utilidades de los sistemas «on line».
3. Modelos de comercio a través de Internet.
4. Servidores «on line».

## 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 5. EXPERTO EN CREACIÓN Y GESTIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING Y PROMOCIÓN INMOBILIARIA

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING Y COMUNICACIÓN EN EL SECTOR INMOBILIARIO.

1. Conceptos básicos de marketing aplicados a la comercialización inmobiliaria.
2. El plan de marketing
3. El plan de medios y comunicación
4. Las acciones comerciales en el sector inmobiliario.
5. Las campañas publicitarias periódicas o puntuales.
6. Marketing directo
7. Telemarketing y gestión de relaciones con clientes (CRM).

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA.

1. Los puntos de venta de inmuebles
2. Líneas de producto y estrategias de posicionamiento.
3. El proceso de decisión de compra.
4. Información gráfica de los productos inmuebles.
5. Documentación de la promoción comercial de inmuebles

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIOS Y SOPORTES DE PROMOCIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA.

1. El diseño del mensaje comercial
2. Medios e instrumentos de promoción
3. Soportes de promoción inmobiliaria

## PARTE 6. EXPERTO EN VENTA DIRECTA: COMERCIALIZACIÓN DE INMUEBLES A NIVEL PERSONAL.

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA VENTA DE BIENES INMOBILIARIOS.

1. Definición de la venta personal inmobiliaria.
2. Características de la venta inmobiliaria.
3. La venta de bienes de consumo vs las ventas de alto precio y riesgo.

4. Las características del cliente y el proceso de decisión del cliente.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE VENTA PERSONAL EN LA VENTA INMOBILIARIA.

1. El proceso de venta.
2. Detección de necesidades y capacidad del cliente de productos o servicios inmobiliarios
3. Las técnicas de escucha activa
4. Presentación del producto inmobiliario.
5. Argumentación comercial
6. Técnicas de tratamiento de objeciones a la venta
7. El cierre de la venta inmobiliaria
8. Las técnicas del cierre.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN EN LA VENTA INMOBILIARIA.

1. El control de recepción de los clientes potenciales.
2. Las visitas al inmueble.
3. Preparación de las condiciones básicas de la oferta de compra.
4. La asistencia a la firma del acuerdo.
5. El estudio del éxito y fracaso de las operaciones intentadas.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN EL PROCESO DE VENTA.

1. Conflictos y reclamaciones en la venta inmobiliaria
2. Normativa de protección al consumidor en el caso de la comercialización inmobiliaria
3. Gestión y resolución de reclamaciones
4. Ventajas y procedimiento.
5. Código deontológico y autorregulación de la comercialización inmobiliaria.

#### PARTE 7. GESTIÓN DOCUMENTAL Y LEGAL DE LA INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA

##### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO JURÍDICO DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS.

1. Los Derechos reales.
2. Derechos personales sobre bienes inmuebles.
3. El Derecho real de hipoteca inmobiliaria.
4. El Registro de la Propiedad.

##### UNIDAD DIDÁCTICA 2. VIABILIDAD JURÍDICA DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS.

1. La propiedad y el dominio.
2. La Comunidad de bienes y el condominio.
3. Las Propiedades especiales.
4. La Propiedad horizontal.
5. El aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico.
6. La Ley de ordenación de la edificación.
7. El proceso de mediación e intermediación inmobiliaria

##### UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTRATACIÓN EN LA ACTIVIDAD INMOBILIARIA.

1. Elementos del contrato.
2. Condiciones de contratación.
3. Obligaciones y derechos para las partes en el contrato.
4. Tipos de contratos inmobiliarios.
5. Contratos relacionados con la construcción de edificios.
6. El contrato de mandato.
7. Coste de los procedimientos legales y gestión administrativa de la contratación:

#### UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS DE COMPRAVENTA Y ARRENDAMIENTO INMOBILIARIO.

1. Tipos básicos de compraventa de vivienda
2. Otras compraventas inmobiliarias frecuentes
3. Análisis y redacción de contratos de compraventa.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO INMOBILIARIO.

1. Tipos de contratos de arrendamiento inmobiliario
2. Clausulado habitual
3. Análisis y redacción de contratos de arrendamientos.

### PARTE 8. FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS.

1. Las entidades financieras y la actividad inmobiliaria.
2. La financiación de la compra de vivienda.
3. Las garantías financieras
4. El expediente de financiación de una operación bancaria.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. FINANCIACIÓN MEDIANTE HIPOTECA.

1. La Hipoteca
2. Condiciones de la Hipoteca
3. El sistema de cálculo o amortización de una hipoteca
4. Costes y Gastos de la Hipoteca
5. Costes bancarios en la vida del préstamo
6. Subrogación de los préstamos hipotecarios
7. Modificaciones de las hipotecas

### PARTE 9. FISCALIDAD DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO FISCAL DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS.

1. Elementos básicos en la tributación de las transmisiones inmobiliarias
2. Los Impuestos directos que afectan a los bienes inmuebles.
3. Los Impuestos indirectos sobre los bienes inmuebles (imposición indirecta)

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. LIQUIDACIÓN DE IMPUESTOS DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS HABITUALES.

1. Compraventa de vivienda
2. Otras compraventas
3. Desarrollo de la promoción inmobiliaria
4. La tributación de los Arrendamientos

## PARTE 10. DIRECCIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES EN LA COMERCIALIZACIÓN INMOBILIARIA: GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

### 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 11. INGLÉS COMERCIAL PARA LA GESTIÓN COMERCIAL Y LA VENTA DE INMUEBLES

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR EN INGLÉS.

1. Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes.
2. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor:
3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores
5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA EN INGLÉS.

1. Presentación de productos/servicios
2. Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores.
3. Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta
4. Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor.
5. Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica
6. Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN COMERCIAL ESCRITA EN INGLÉS.

1. Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica
2. Complimentación de documentación comercial básica en inglés
3. Redacción de correspondencia comercial
4. Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés.
5. Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés.
6. Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.
7. Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes

