



# aulaformacion

## CURSO UNIVERSITARIO DE ESPECIALIZACIÓN

### **PROGRAM ADVANCED**

### **en el área Gestión Comercial, Venta y Negociación**

**Con Prácticas Curriculares (500 horas)**



**Programa Certificado por  
Universidad Europea Miguel de Cervantes**

**online 100%**

[www.calidadyformacionempresarial.es](http://www.calidadyformacionempresarial.es)

**Tel. 902 300 247**

aulaformacion  
FORMACIÓN A DISTANCIA ESPECIALIZADA

**PM** Project Management  
CONSULTORES

## Curso Universitario de Especialización: "PROGRAM ADVANCED EN EL ÁREA DE GESTIÓN COMERCIAL, VENTAS Y NEGOCIACIÓN"

¡INVIERTE EN TU FUTURO PROFESIONAL Y  
REALIZA PRÁCTICAS CURRICULARES EN EMPRESAS!



En este caso, los certificados y diplomas obtenidos cuentan con la firma y el sello de la Secretaría General de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, lo que les puede otorgar validez a efectos de su participación o presentación en oposiciones, concursos oposición, concursos de méritos y otros procesos de selección (consultar bases). Todo ello, en base al Real Decreto 276/2007 de 23 de febrero (BOE de 2 de marzo de 2007), que reconoce los cursos de las universidades a todos los efectos, pudiendo ser válidos a los requisitos exigidos por las comisiones de baremación (consultar bases específicas de cada convocatoria).

### DIPLOMAS Y CERTIFICACIÓN ACADÉMICA

A la finalización de este curso universitario de especialización el alumno, una vez superadas con aptitud las pruebas, recibirá un Título emitido por AULAFORMACION y Diploma acreditativo expedido por la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC) con reconocimiento de créditos universitarios ECTS.



## PRÁCTICAS CURRICULARES EN EMPRESAS

Este Curso Universitario de especialización incorpora una **asignatura obligatoria de Prácticas Curriculares en empresas**.

Dichas prácticas serán realizadas mediante la firma de Convenio de Cooperación Educativa entre la UEMC, AULAFORMACION como centro colaborador adscrito a la Universidad, la Empresa de acogida y el alumno, al amparo de la legislación vigente (Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas externas de los estudiantes universitarios o la legislación que la sustituya y/o complemente).

La duración de la práctica será de **500 horas de duración**, a realizar en una o varias empresas, para una duración mínima de **3 meses** y máxima de 12 meses.

El proceso de tramitación, gestión, seguimiento y evaluación del convenio de prácticas es completamente **gratuito**.

La realización de la práctica es **obligatoria** para el alumno siendo éste el encargado de la búsqueda de la empresa receptora de la práctica, la cual quedará **recogido en el correspondiente Título o Diploma académico**.

El Curso Universitario, conforme a los requisitos establecidos en el RD 592/2014, habilita a la realización de prácticas que estén vinculadas a las **competencias básicas, genéricas y/ específicas** que se ofertan en este programa académico.

Los riesgos inherentes de la responsabilidad civil de la práctica están cubiertos por póliza de seguro suscrito por la Escuela.

## DESCRIPCIÓN

Este **Curso Universitario de especialización** está orientado profesionalmente a las personas que lo cursen a trabajar en la empresa específicamente en el área profesional de la gestión comercial (familia profesional: Comercio y Marketing), a través de la realización de un programa teórico práctico impartido y tutorizado por profesionales del área, así como en cualquier área de la empresa que se exijan habilidades de comunicación y DE negociación comercial.

A través de este curso el alumno adquirirá la **competencia general** para organizar, realizar y controlar las **operaciones comerciales en contacto directo con los clientes** o a través de tecnologías de información y comunicación, utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa, coordinando al equipo comercial y supervisando las acciones de promoción, difusión y venta de productos y servicios.

La comunicación además de ser una habilidad personal básica para cualquier persona que esté en contacto con los clientes y con las relaciones de su entorno, es una habilidad directiva imprescindible en la gestión empresarial.

Conocer las habilidades y las técnicas relacionadas con la comunicación y la gestión orientadas al área comercial, de marketing o de ventas se convierte en indispensable para cualquier persona que quiera trabajar profesionalmente en este área.

Por eso en este curso se facilitan la comprensión de las técnicas y habilidades de comunicación y gestión comercial indispensables para potenciar la función comercial o de ventas de cualquier organización dentro del contexto del proceso de gestión comercial.

Con este curso técnico se adquirirán competencias básicas estratégicas y técnicas necesarias para el desempeño de funciones de comunicación, atención al cliente, calidad en el servicio, venta profesional, etc., así como su adaptación a un entorno digital.

Otra de las **competencias generales** que facilita este curso son las basadas en el desarrollo de las **habilidades de la negociación**.

En muchas de las situaciones cotidianas de la vida nos pasamos la vida negociando y no nos damos cuenta de ello. En el mundo de la empresa la relevancia que adquiere la negociación si cabe es aún mayor, ya que se suceden situaciones de conflicto que hay que superar con clientes, proveedores, empleados, aliados, colaboradores, accionistas, partes interesadas, etc.

La relevancia que adquiere el negociador dentro de la empresa es importante, pues de sus resultados de éxito o fracaso pueden depender el mantenimiento de las relaciones a largo plazo con cualquier parte interesada en la empresa, la generación de valor para la compañía derivada de la cooperación, y la

[DESCRIPCIÓN]

obtención de ganancias o de disminución de pérdidas cuantificadas en términos económicos. En definitiva la negociación es proceso muy importante de institución de acuerdos que generan valor económico, personal, social, material, intelectual, etc.

La negociación además de una habilidad, es un proceso y una técnica, que requiere de mentalidad estratégica y analítica, creatividad, habilidades emocionales y comunicativas, tácticas, y otras capacidades de organización y gestión, que deben y pueden ser aprendidas y desarrolladas.

Las empresas a la hora de incorporar nuevos profesionales además de requerir personas que hayan adquirido conocimientos o competencias específicas para un área o función concreta, necesitan de personal capacitado y formado en **competencias genéricas o transversales, basadas en habilidades y técnicas participativas y personales, como es la Negociación.**

Este curso está mayormente orientado a la negociación derivada de las relaciones comerciales que mantiene una empresa en un entorno comercial tanto nacional como internacional, aunque todo lo expuesto en el curso es válido para cualquier situación de negociación personal y profesional y de resolución de conflictos entre partes y ha sido diseñado para favorecer la comprensión sobre el arte y la ciencia de negociar para así favorecer llegar a acuerdos beneficiosos para las partes implicadas.

## OBJETIVOS DIDÁCTICOS

Con este programa formativo se pretende, que alumno que busca formarse en un perfil de gestor comercial/ *sales manager*/ negociador sea competente y desarrolle las habilidades, que le permitan en su ámbito laboral, profesional o personal gestionar operaciones comerciales y/o negociaciones de una manera profesional y efectiva, y así aumentar sus probabilidades de éxito y alcanzar los objetivos propios y de su organización, así como favorecer que sus oponentes o contrapartes queden satisfechos en relación a la negociación llevada a cabo.

Este programa habilita para desarrollar prácticas en empresas en el área de gestión comercial o ventas o de apoyo a tareas con una orientación comercial o de orientación hacia el cliente, o en cualquier área o departamento que exija de una negociación con proveedores, clientes, empleados, colaboradores u otras partes interesadas.

Los objetivos perseguidos a lo largo del Curso son:

- Capacitar a los participantes para el conocimiento de las estrategias más apropiadas para una gestión comercial eficaz y de calidad.
- Conocer cuáles son los secretos para comunicar de forma efectiva y cuáles son los recursos de que disponemos para hacer más convincentes nuestros mensajes.
- Profundizar en la organización empresarial y qué elementos influyen en la gestión diaria del Departamento Comercial.
- Aprender los derechos que el cliente tiene como consumidor de nuestros productos o usuario de nuestros servicios.
- Conocer en profundidad las principales técnicas empleadas en la gestión comercial: cómo se ha de comunicar con el cliente, utilizar habilidades de comunicación y atención al cliente, aprender a definir las características y prestaciones de los productos y servicios que ofrece; ser capaz de llevar a cabo un tratamiento profesional de quejas de los clientes,.....
- Comprender en qué consiste el proceso de comunicación humana como proceso y como habilidad
- Determinar qué comportamientos son necesarios en materia de comunicación para incorporarlos a los procesos empresariales de atención al cliente.
- Formar en habilidades sociales de comunicación
- Definir el comportamiento de orientación al cliente en los procesos de gestión y atención telefónica
- Definir comportamientos de negociación necesarios desde la óptica de los intereses comerciales y de la calidad del servicio
- Establecer pautas de relación con el cliente
- Determinar cómo debe ser la comunicación telefónica en el desempeño de la atención al cliente

## [OBJETIVOS]

- Integrar los procesos de telemarketing y de gestión telefónica en el contexto de la comunicación empresarial
- Establecer la secuencia más apropiada para una eficaz atención al cliente por vía telefónica
- Vincular los comportamientos críticos del telemarketing con los de comunicación y atención al cliente
- Valorar la importancia de tener clientes satisfechos.
- Valorar la calidad del servicio y la imagen de la compañía.
- Fomentar la iniciativa propia en la detección, comunicación y solución de problemas en la gestión comercial.
- Analizar los diferentes factores existentes en el proceso de compra.
- Conocer las habilidades personales, sociales y comerciales necesarias para la venta.
- Acercarse al conocimiento los diversos elementos que intervienen en la comunicación comercial.
- Conocer los aspectos prácticos de cómo el vendedor debe enfrentarse a las diferentes objeciones planteadas por el cliente.
- Profundizar en las diferentes técnicas y prácticas que se deben poner de manifiesto para llegar a una venta exitosa.
- Conocer los conceptos básicos y avanzados del eCommerce, y esbozar paso a paso todas los procesos, fases y aspectos que hay que tener en cuenta para crear y desarrollar un proyecto de ecommerce, y en particular el proceso de atracción, conversión y fidelización de clientes a una tienda online o negocio digital.
- Capacitación en el idioma inglés a un nivel A1.
- Entendimiento de la negociación como un proceso de generación de valor y facilitador del cambio.
- Proporcionar un marco teórico y práctico para facilitar la transferencia de los conocimientos y las competencias adquiridas en diferentes contextos de negociación, incluido el Internacional.
- Comprensión de teorías, factores, principios, estrategias y tácticas que determinan el éxito en una negociación.
- Comprender la estructura del proceso de negociación
- Comprender y aplicar las diferentes dimensiones de la negociación en el proceso de negociación
- Aplicar un método de negociación efectiva cuyo resultado sea beneficioso para todas las parte
- Analizar los comportamientos de éxito en una negociación
- Activar y desarrollar aquellas competencias personales que son claves en situaciones colaborativas y competitivas

## PRECIO

**Precio oficial: 695 euros.**

**Precio becado: 495 euros (\*)**

**Precio becado (pack 2): 695 euros <sup>(1)</sup>**

Incluido en el precio las tasas académicas universitarias.

Incluye acceso al Aula Virtual de la Plataforma y acceso permanente a los contenidos posterior a la finalización del curso.

(\*) El "precio becado" es una medida de la UEMC y AULAFORMACION para favorecer la empleabilidad y la inserción laboral de sus alumnos.

(1) Pack 2: precio conjunto con la matrícula en otro curso universitario de especialización: para un total de 1.000 horas de prácticas (2 cursos)

**Matrícula abierta todo el año.**

## DESTINATARIOS

En general cualquier persona, Titulados universitario o no, que quieran o vayan a desempeñar funciones relacionadas con la gestión comercial y/o la venta, por cualquiera de los canales o medios existentes en una organización e imprescindible para cualquier persona que quiera ser un vendedor profesional de éxito. Y para el desarrollo de competencias de personas en los ámbitos de la negociación, tanto personal como profesional.

Mandos con responsabilidades, como directivos y mandos intermedios (personal directivo)

Personal de las empresas que estén en contacto y mantengan relaciones con clientes y grupos de interés (proveedores, empleados, partner, accionistas, administraciones públicas,...)

Personas que tienen que mediar, intermediar, o representar intereses de terceras partes.

Cualquier persona interesada en la dirección y gestión de personas, de equipos de personas y de organizaciones.

■ Requisitos de acceso al curso y al diploma universitario: Personas mayores de edad que quieran formarse para un desarrollo profesional. No se requiere titulación alguna.



## PROGRAMA

Programa de 1.000 horas (40 ECTS):  
500 horas de teoría (20 ECTS)  
500 horas de prácticas (20 ECTS)

**Matrícula abierta todo el año**

### Duración

Programa a desarrollar en el plazo mínimo de 3 meses y máximo de 12 meses.

## BLOQUE I. COMPETENCIAS EN GESTIÓN COMERCIAL Y VENTAS

### Módulo I. Estrategias y técnicas para la gestión comercial

**Unidad 1.** Gestión comercial

**Unidad 2.** Aplicación de las técnicas de gestión comercial

**Unidad 3.** Habilidades de Comunicación en la atención al cliente

### Módulo II. Atención al cliente y calidad del servicio

### Módulo III. Técnicas profesionales de venta

### Módulo IV. E-commerce

### Módulo V. Inglés elemental y pre-intermedio

**Unidad 1.** Inglés básico o elemental

**Unidad 2.** Inglés pre-intermedio

## BLOQUE II. COMPETENCIAS EN NEGOCIACIÓN

### Módulo VI. introducción: la gestión de las emociones

**Unidad 1.** Desarrollo y entrenamiento en el control de las emociones y de las habilidades emocionales

### Módulo VII. Negociación: estrategias y técnicas para una negociación comercial e internacional

**Unidad 1.** El marco de una negociación

**Unidad 2.** Competencias y habilidades en la gestión de una negociación

**Unidad 3.** Fases y técnicas de una negociación

**Unidad 4.** La negociación internacional

### **BLOQUE III. PRÁCTICAS EN EMPRESAS**

#### **Módulo VIII. Prácticas en empresas**

**Unidad 1.** Prácticas académicas curriculares en empresas (500 horas)

#### **Módulo IX. Seguridad laboral (obligatorio al inicio de las prácticas)**

**Unidad 1.** Prevención de Riesgos Laborales (curso básico)

(\*) El programa incluye ejercicios y tareas evaluables por parte de los tutores-profesores, así como cuestionarios de evaluación tipo test

## PROGRAMA DETALLADO DE COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

### BLOQUE I. COMPETENCIAS EN GESTIÓN COMERCIAL Y VENTAS

#### Unidad 1. Estrategias y técnicas para la gestión comercial

##### Modulo 1. Gestión comercial

Tema 1: Técnicas de comunicación, atención y negociación aplicadas

- 1.1. Técnicas de comunicación aplicadas.
- 1.2. Habilidades sociales aplicadas.
- 1.3. Técnicas de protocolo e imagen personal.
- 1.4. Técnicas y procesos de negociación.
- 1.5. Tipos de clientes y su tratamiento.
- 1.6. Técnicas y procesos de venta directa.
- 1.7. Tratamiento y Gestión de reclamaciones.
- 1.8. Ejercicios de comprensión

Tema 2: La organización del Departamento Comercial

- 2.1. Principios y sistemas de organización.
- 2.2. Estructura organizativa.
- 2.3. La motivación en el entorno laboral.
- 2.4. El flujo y tratamiento de la información.
- 2.5. Ejercicios de comprensión

Tema 3: Derechos del cliente-consumidor

- 3.1. Normativa que regula los derechos del cliente-consumidor.
- 3.2. Instituciones y organismos de protección al consumidor.
- 3.3. Departamentos de atención al cliente en empresas.
- 3.4. Legislación aplicada a ventas.
- 3.5. Ejercicios de comprensión

Tema 4: Procesos de comercialización

- 4.1. Etapas de la comercialización.
- 4.2. Técnicas de venta aplicada.
- 4.3. Elaboración de ofertas.
- 4.4. Correspondencia comercial.
- 4.5. Técnicas y procesos administrativos aplicados a la gestión de información y documentación.
- 4.6. Ejercicios de comprensión

Tarea. Caso Práctico: Analizando un proceso de comunicación

##### Modulo 2. Aplicación de las técnicas de gestión comercial

Tema 1. Gestión Comercial y Técnicas de Venta

- 1.1. Gestión comercial
- 1.2. Análisis de la venta
- 1.3. Planificación del trabajo de venta
- 1.4. La prospección del mercado
- 1.5. Fidelización y servicio al cliente

Tema 2. Atención al Cliente

- 2.1. Atención al cliente
- 2.2. La calidad en la atención al cliente
- 2.3. Tipos de clientes
- 2.4. Relación con los clientes

#### 2.5. Atención telefónica

##### Tema 3. La Escucha Activa

- 3.1. Qué es la escucha activa: ventajas
- 3.2. Utilización de la escucha activa

##### Tema 4. Gestión de Reclamaciones

- 4.1. Actitud ante las reclamaciones
- 4.2. Resolución de conflictos
- 4.3. Atención de reclamaciones

### Módulo 3. Habilidades de Comunicación en la atención al cliente

##### Tema 1. La eficacia en comunicación

- 1.1. Comunicación humana: Claves y elementos
- 1.2. Contexto en comunicación: Feedback y barreras
- 1.3. Lenguaje y comunicación
- 1.4. Ejercicios de comprensión

##### Tema 2. Habilidades sociales

- 2.1. Habilidades vinculadas a la comunicación
- 2.2. La asertividad en comunicación
- 2.3. La excelencia en habilidades sociales
- 2.4. Ejercicios de comprensión

##### Tema 3. Atención y servicio al cliente

- 3.1. La orientación al cliente
- 3.2. La negociación con clientes
- 3.3. El arte de la pregunta
- 3.4. Ejercicios de comprensión

##### Tema 4. Comunicación Telefónica (I)

- 4.1. El cliente
- 4.2. El servicio
- 4.3. Ejercicios de comprensión

##### Tema 5. Comunicación Telefónica (II)

- 5.1. Psicología personal y excelencia profesional
- 5.2. Excelencia profesional en atención al cliente
- 5.3. Ejercicios de comprensión

##### Tema 6. Telemarketing: Gestión Telefónica

- 6.1. La comunicación telefónica
- 6.2. Cuadro de situaciones de gestión telefónica
- 6.3. Gestión telefónica y atención al cliente
- 6.4. Ejercicios de comprensión

##### Tema 7. Telemarketing: Fidelizar Clientes

- 7.1. Gestión telefónica y fidelización de clientes
- 7.2. Atención telefónica y reclamaciones
- 7.3. Ejercicios de comprensión

## Unidad 2. Atención al cliente y calidad del servicio

### Tema 1. Planificación de la política de atención al cliente

- 1.1 Inicio

- 1.2 Conocimiento de los requerimientos y del cliente
- 1.3 Gestión de las relaciones con el cliente
- 1.4 Estándares de servicio al cliente
- 1.5 Compromiso con los clientes
- 1.6 Solución de quejas y mejoras de calidad
- 1.7 Determinación de la satisfacción del cliente
- 1.8 Resultados de la satisfacción del cliente
- 1.9 Comparación de la satisfacción del cliente

#### Tema 2. El desempeño de las relaciones en la atención al cliente

- 2.1 Acoger
- 2.2 Principales componentes de la acogida
- 2.3 Tipologías de clientes
- 2.4 Los profesionales
- 2.5 Desempeño y percepción
- 2.6 Calidad y satisfacción

#### Tema 3. La imagen transmitida

#### Tema 4. Las dimensiones de la calidad en el servicio al cliente

- 4.1 Servicio personal
- 4.2 Servicio rápido
- 4.3 Servicio cómodo
- 4.4 Servicio eficaz

#### Tema 5. las reclamaciones

- 5.1 Las reclamaciones
- 5.2 Barreras a las reclamaciones
- 5.3 La solución de problemas
- 5.4 Restituir el valor

#### Tema 6. La comunicación

- 6.1 Concepto
- 6.2 Elementos de comunicación
- 6.3 Negativismos y barreras en la comunicación
- 6.4 Comunicación verbal y no verbal

Tarea. Factores de éxito: Factores a tener en cuenta por el personal de ventas y atención al cliente.

### Unidad 3. Técnicas profesionales de venta

#### Tema 1. Aspectos básicos de la venta

- 1.1. El proceso de compra-venta
- 1.2. El comprador: motivaciones de compra
- 1.3. El vendedor: factores de éxito

#### Tema 2. La planificación

- 2.1. La planificación
- 2.2. Errores y soluciones
- 2.3. El proceso de planificación

#### Tema 3. La comunicación

- 3.1. Fases de la comunicación
- 3.2. Problemas de la comunicación
- 3.3. Tipos de personalidad de los actores
- 3.4. Interacción de caracteres

### 3.5. Consejos útiles de comportamiento para el vendedor

#### Tema 4. Contacto o aproximación

- 4.1. Objetivos y métodos del primer contacto
- 4.2. Preparación de la visita personal o entrevista
- 4.3. Técnicas de preguntas

#### Tema 5. Presentación y demostración

- 5.1. La presentación
- 5.2. La demostración

#### Tema 6. Las objeciones

- 6.1. Objeciones
- 6.2. Sentido de las objeciones para el cliente
- 6.3. El vendedor ante las objeciones
- 6.4. Tipos y tratamiento de las objeciones
- 6.5. Objeciones estándar
  - 6.5.1. Precio
  - 6.5.2. Desconfianza
  - 6.5.3. Fidelidad
  - 6.5.4. Defectos del producto
  - 6.5.5. Finanzas
  - 6.5.6. Ignorancia
  - 6.5.7. Incapacidad
  - 6.5.8. Silencio
  - 6.5.9. Duda
  - 6.5.10. Argumentos defectuosos
  - 6.5.11. Reclamaciones
  - 6.5.12. Falta de necesidad
  - 6.5.13. Vanidad
  - 6.5.14. Miedo

#### Tema 7. Técnicas frente a las objeciones

- 7.1. Normas generales
- 7.2. Algunas técnicas frente a las objeciones

#### Tema 8. El cierre de la venta

- 8.1. Señales del cliente
- 8.2. Técnicas de cierre

#### Tema 9. Otros modelos de venta

- 9.1. Venta a grupos
- 9.2. Venta a puerta fría
- 9.3. Teléfono y correo

#### Tema 10. Resumen: el proceso de venta mediante entrevista

- 10.1. La planificación
- 10.2. La prospección y contratación de entrevistas
- 10.3. El cierre de la entrevista
  - 10.3.1. Tratamiento de la dilación de compra
  - 10.3.2. Señales de cierre
  - 10.3.3. Pasos para el cierre
  - 10.3.4. Técnicas de cierre

#### Tarea. La Venta personal: Los tres vendedores

#### Anexos. Material complementario: lecturas

##### Lectura 1. Consejos para la gestión efectiva del tiempo del vendedor

Lectura 2. Marketing de seducción, el arte de la relación  
Lectura 3. Técnicas de venta: modelo SPIN  
Lectura 4. Técnicas de venta basadas en el modelo AIDA

## Unidad 4. E-commerce

Tema 1. El Comercio electrónico: La transformación del negocio. Del Comercio analógico al digital. Modelo de negocio ecommerce

- 1.1. Comercio electrónico
  - 1.1.1. Introducción
  - 1.1.2. Cómo influye internet en el consumidor
  - 1.1.3. Las ventajas del comercio electrónico
- 1.2. La Transformación del negocio: Del comercio analógico al digital
  - 1.2.1. Los nuevos modelos de negocio basados en web 2.0
  - 1.2.2. La transformación del negocio: principales diferencias
- 1.3. Presencia online de las empresas y modelos de negocio
  - 1.3.1. Presencia Online
  - 1.3.2. Modelos de negocio ecommerce

Tema 2. Desarrollo de una estrategia E-commerce

- 2.1. La estrategia de comercio electrónico
- 2.2. El Plan de negocio
  - 2.2.1. Análisis del Entorno
  - 2.2.2. Modelo de negocio
  - 2.2.3. Análisis de mercados digitales
  - 2.2.4. Plan de negocio

Tema 3. Cómo implementar una tienda de comercio electrónico: elementos, funcionalidades y claves de una tienda online.

- 3.1. Selección de la plataforma de venta (tecnología)
  - 3.1.1. Alcance de nuestro proyecto ecommerce
  - 3.1.2. Alternativas tecnológicas de plataformas ecommerce
- 3.2. Diseño, accesibilidad y usabilidad de la tienda online
- 3.3. Elementos y procesos básicos internos en una tienda online
  - 3.3.1. Catálogo de productos
  - 3.3.2. Carrito de la compra
  - 3.3.3. Promoción y ofertas
  - 3.3.4. Proceso de registro
  - 3.3.5. Proceso de venta: conversión
  - 3.3.6. Medios de pago
  - 3.3.7. Impuestos
  - 3.3.8. Motor interno de búsqueda
  - 3.3.9. Motor de recomendaciones
  - 3.3.10. Certificado de Seguridad y de Confianza Online
  - 3.3.11. Logística y gestión de stocks
  - 3.3.12. Otra información relevante
- 3.4. Buenas prácticas de gestión en el proceso de compra online
  - 3.4.1. Comunicación comercial
  - 3.4.2. Venta
  - 3.4.3. Contratación
  - 3.4.4. Pago
  - 3.4.5. Entrega del bien o servicio
  - 3.4.6. Servicio postventa

Tema 4. Estrategias de Marketing online asociadas al comercio electrónico: cómo promocionar tu tienda virtual

- 4.1. Indicadores clave de medición de seguimiento KPI del comercio online

- 4.1.1. Introducción: objetivos
- 4.1.2. Atracción de público
- 4.1.3. Conversión
- 4.1.4. Fidelización
- 4.1.5. Medición: indicadores clave
- 4.2. Optimización en buscadores SEO
- 4.3. Pago por Clic en Buscadores SEM
- 4.4. Social media Marketing
- 4.5. E-mail marketing
- 4.6. Reputación online
- 4.7. Otras técnicas

#### Tema 5. Gestión del negocio: Logística, Distribución y atención al cliente

- 5.1. Gestión operativa
- 5.2. Logística:
  - 5.2.1. La gestión de pedidos
  - 5.2.2. La gestión de Stock (Almacenaje)
- 5.3. Distribución de pedidos
- 5.4. Atención al Cliente

#### Tema 6. Medios de Pago

- 6.1. Medios de pago por internet
- 6.2. Los medios de pago offline
- 6.3. Funcionamiento de los medios de pago online
  - 6.3.1. TPV Virtual
  - 6.3.2. PayPal
  - 6.3.3. Nuevas tendencias
- 6.4. Gestión del fraude

#### Tema 7. Marco Jurídico: obligaciones legales que debe cumplir tu tienda online

- 7.1. Marco legal general del comercio electrónico
- 7.2. Análisis del marco general
  - 7.2.1. Ley de Sociedad de la Información
  - 7.2.2. Ley de Protección de datos (LOPD)
  - 7.2.3. Ley de Derechos de autor y propiedad intelectual
  - 7.2.4. Fiscalidad y aduanas
- 7.3. Casos de aplicación práctica:
  - 7.3.1. Obligaciones en materia de protección de datos de carácter personal
  - 7.3.2. Correos y notificaciones comerciales
  - 7.3.3. Información sobre las cookies
  - 7.3.4. Información en la página web
  - 7.3.5. Cuestiones legales de la Contratación online
  - 7.3.6. Cuestiones legales de la entrega

#### Tema 8. Confianza y Seguridad

- 8.1. Confianza y Seguridad
  - 8.1.1. Principios fundamentales
  - 8.1.2. Seguridad. SSL y certificados digitales
  - 8.1.3. Recomendaciones y normas básicas
- 8.2. Código ético
  - 8.2.1. Confianza Online
  - 8.2.2. Código ético
  - 8.2.3. Organismo de control
  - 8.2.4. Proceso de adhesión

#### Tema 9. Tendencias y nuevas tecnologías

- 9.1. Venta Multicanal
- 9.2. Mobile Commerce



- 9.2.1. El canal y los dispositivos móviles
- 9.2.2. Márketing Móvil
- 9.2.3. M-Commerce
- 9.3. Otras tendencias de consumo y tecnologías asociadas
- 9.3.1. Social Commerce
- 9.3.2. La TV conectada

Tema 10. Analítica Web aplicada al e-commerce: cómo medir el éxito de tu tienda virtual

- 10.1. La medición en Internet
  - 10.1.1. Metodología y conceptos básicos
  - 10.1.2. Los 5 primeros pasos
  - 10.1.3. Los siguientes pasos: análisis avanzado
- 10.2. La medición de una tienda online: cómo medir el éxito

Tema 11. Casos de éxito y buenas prácticas

- 11.1. Casos de éxito y caso práctico
- 11.2. Buenas Prácticas
  - 11.2.1. Recomendaciones para el diseño
  - 11.2.2. Resumen de buenas prácticas en la compra online

Tema 12. Crea tu propia tienda virtual con Prestashop: aplicación práctica

## Unidad 5. Inglés elemental y pre-intermedio

### Módulo 1. Inglés básico o elemental

- Tema 1. El verbo ser en oraciones afirmativas .
- Tema 2. Presente simple con otros verbos
- Tema d 3. Tiempo presente continuo
- Tema 4. Formas mixtas para contrastar "Simple and present proguesive"
- Tema 5. "Modal Verbs"
- Tema 6 . El tiempo pasado simple
- Tema 7. El Tiempo pasado continuo
- Tema 8. THERE + BE para descripciones
- Tema 9. Comparativas de superioridad
- Tema 10. Superlativos
- Tema 11. Preposiciones de tiempo y lugar
- Tema 12. El tiempo futuro

### Módulo 2. Inglés pre-intermedio

- Tema 1. Other uses of present simple and continuous
- Tema 2. State verbs
- Tema 3. The present perfect tense
- Tema 4. The present perfect continuous
- Tema 5. The past perfect tense
- Tema 6. The future tense ( will)
- Tema 7. The future tense ( be+ going to+ verb)
- Tema 8. Conditional clauses (1)
- Tema 9. Conditional clause (2)
- Tema 10. Conditional clause (3)
- Tema 11. Passive voice in presnt simple, present proguesive and present perfect
- Tema 12. Mixed tenses

## BLOQUE II. COMPETENCIAS EN NEGOCIACIÓN

### Módulo I. Introducción: La gestión de las emociones

#### Unidad 1. Desarrollo y entrenamiento en el control de las emociones y de las habilidades emocionales

1. Introducción
2. Inteligencia
3. Las emociones
4. Aspectos fisiológicos de las emociones
5. Inteligencia emocional: las emociones
6. Características de la mente emocional
7. La inteligencia emocional en la empresa
8. La inteligencia emocional según la Teoría de Daniel Goleman
9. Cómo mejorar la inteligencia emocional
10. Los sentimientos en la comunicación
11. Las etapas del desarrollo emocional

### Módulo II. Negociación

#### Unidad 1. El marco de una negociación

##### Tema 1: La Dimensión Humana del Conflicto y de la Negociación

- 1.1. El Origen: La discrepancia entre personas.
- 1.2. La reacción humana ante las discrepancias
- 1.3. El conflicto y su estructura
- 1.4. Soluciones al conflicto
  - 1.4.1. El comportamiento de las partes en el conflicto: respuestas y flexibilidad
  - 1.4.2. Tipos de soluciones
    - 1.4.2.1. Soluciones de suma cero
    - 1.4.2.2. Soluciones de suma distintas a cero

##### Tema 2: La Dimensión Estratégica de la Negociación

- 2.1. Delimitación conceptual y tipos de negociación
- 2.2. Análisis estratégico de la negociación
- 2.3. Diagnóstico de la negociación: dimensiones de la negociación
  - 2.3.1. Dimensión Relaciones
  - 2.3.2. Dimensión Conflicto
  - 2.3.3. Dimensión Beneficios
  - 2.3.4. Dimensión Autoridad
  - 2.3.5. Dimensión Coaliciones
  - 2.3.6. Dimensión Conexiones
- 2.4. Planificación estratégica de una negociación
- 2.5. Paradigmas de la negociación
  - 2.5.1. Negociación distributiva
  - 2.5.2. Negociación integrativa
  - 2.5.3. Negociación desplazada
- 2.6. La elección de una estrategia de negociación
  - 2.6.1. Factores que determinan la estrategia
  - 2.6.2. Modelo de estrategias de negociación
    - 2.6.2.1. Estrategia de evitación: perder-perder
    - 2.6.2.2. Estrategia de adaptación: perder para ganar
    - 2.6.2.3. Estrategia Competitiva: ganar para perder
    - 2.6.2.4. Estrategia Cooperativa o de colaboración: ganar-ganar
    - 2.6.2.5. Estrategia de Compromiso: partirse la diferencia

##### Tema 3: La Dimensión Operativa de la Negociación Efectiva

- 3.1. La negociación tradicional: estilo de negociación posicional
  - 3.1.1. Negociar posiciones
  - 3.1.2. Estilos de negociación tradicional por posiciones: duras y blandas

- 3.1.3. Cómo gestionar una negociación posicional: Margen de negociación y Mejor alternativa posible a un acuerdo negociado (MAPAN)
- 3.2. La negociación efectiva: estilo de negociación integrativa
- 3.3. Condiciones previas para una negociación
- 3.4. Método y componentes básicos de una negociación efectiva
- 3.5. Principios básicos de una negociación efectiva
- 3.6. Fases críticas de una negociación
  - 3.6.1. Preparación
    - 3.6.1.1. Análisis
    - 3.6.1.2. Planificación
  - 3.6.2. Desarrollo
    - 3.6.2.1. Exploración
    - 3.6.2.2. Debate
    - 3.6.2.3. Cierre
- 3.7. El negociador
  - 3.7.1. El factor humano en la negociación
  - 3.7.2. El perfil negociador
  - 3.7.3. Tipos de negociadores
  - 3.7.4. ¿Conoces tu estilo de negociación?: Modelo de Thomas y Kilmann
- Anexo. Tarea: Conoce tu estilo de negociación: auto-cuestionario

Caso práctico 1. diferencias entre negociación posicional y negociación efectiva. Comparativa en dos situaciones simuladas de negociación comercial en entrevistas entre vendedor y comprador.  
caso práctico 2. análisis de situaciones reales de negociación comercial  
Exposición de dos casos prácticos reales.

## Unidad 2. Competencias y habilidades en la gestión de una negociación

### Tema 1: Gestión Emocional y Desarrollo de Competencias

- 1.1. Las emociones
- 1.2. Tipos de emociones
- 1.3. Gestión de las emociones en una negociación
  - 1.3.1. Competencia Intrapersonal
    - 1.3.1.1. Conciencia de uno mismo
    - 1.3.1.2. Autogestión
  - 1.3.2. Competencias sociales
    - 1.3.2.1. Conciencia social
    - 1.3.2.2. Gestión de las relaciones

### Tema 2: Habilidades del Comportamiento para la Negociación

- 2.1. Estado Emocional
- 2.2. Comunicación
- 2.3. Habilidades comunicacionales básicas
- 2.4. Habilidades comunicacionales estratégicas
- 2.5. El Lenguaje y uso de la palabra
- 2.6. La asertividad

### Tema 3: Procesos y Valores Humanos para la Negociación

- 3.1. Procesos humanos del comportamiento negociador
  - 3.2. Valores humanos
- ejercicios interactivos de comprensión y recapitulación

## Unidad 3. Fases y técnicas de una negociación

### Tema 1: Preparación

- 1.1. La preparación del Plan negociador
- 1.2. Conocer la propia oferta
- 1.3. Conocer a la otra parte
- 1.4. Objetivo de la negociación: Método G.P.T

### Tema 2: Desarrollo

- 2.1. Consideraciones generales
- 2.2. Presentación de la oferta inicial
- 2.3. Discusión
- 2.4. Centrarse en los intereses
- 2.5. Argumentos y objeciones
- 2.6. Criterios objetivos

- 2.7. Flexibilidad y creatividad
- 2.8. Concesiones
- 2.9. Bloqueos en la negociación

#### Tema 3: Cierre Y Acuerdo

- 3.1. Paquete de Acuerdo
- 3.2. El Cierre
- 3.3. El Acuerdo
- 3.4. Éxito de una negociación

#### Tema 4: Técnicas

- 4.1. Control del proceso de negociación
  - 4.2. Técnicas y tácticas
    - 4.2.1. Tipos de tácticas: directas, persuasivas, agresivas, desleales y contramedidas
    - 4.2.2. Cómo hacer prevalecer el propio punto de vista
    - 4.2.3. Cómo reducir la resistencia al cambio
    - 4.2.4. Técnicas de persuasión
    - 4.2.5. Maniobras desestabilizadoras
    - 4.2.6. Maniobras coercitivas
    - 4.2.7. Tácticas de la última oferta
    - 4.2.8. Formulación de desacuerdos
    - 4.2.9. Recursos de la conversación
    - 4.2.10. Avanzar la propuesta
    - 4.2.11. Evasivas
    - 4.2.12. Tácticas para causar sorpresa
    - 4.2.13. Cómo responder a irritación
    - 4.2.14. Gestos personales
    - 4.2.15. Otras tácticas
  - 4.3. Consejos
    - 4.3.1. Lo que nunca se debe hacer
    - 4.3.2. Formulación de preguntas
    - 4.3.3. Los errores más comunes
  - 4.4. La mediación como alternativa a la negociación
- Tareas y ejercicios de recapitulación  
Tarea Práctica. Esquema del proceso de negociación  
Ejercicios interactivos de recapitulación.

### Unidad 4. La negociación internacional

#### Tema 1: La Negociación Internacional

- 1.1. Principios para facilitar la negociación internacional
- 1.2. Diferencias entre negociación nacional e internacional: diferencias Entorno País
  - 1.2.1. Diferencias basadas en el entorno comercial
  - 1.2.2. Diferencias basadas en el entorno cultural-político - legal
  - 1.2.3. Diferencias basadas en el entorno económico
- 1.3. Proceso de negociación internacional
  - 1.3.1. Toma de contacto
  - 1.3.2. La Preparación
  - 1.3.3. El encuentro
  - 1.3.4. La Propuesta u oferta inicial
  - 1.3.5. La Discusión
  - 1.3.6. El Cierre
- 1.4. Factores críticos o Dimensiones en la negociación internacional
  - 1.4.1. Distancia al poder / Jerarquía
  - 1.4.2. Relaciones personales / profesionales
  - 1.4.3. Confrontación / cooperación
  - 1.4.4. Administración del tiempo
  - 1.4.5. Compromisos verbales y escritos
- 1.5. Estilos de negociación internacional por continentes y países
  - 1.5.1. Europa
  - 1.5.2. América
  - 1.5.3. Asia
  - 1.5.4. África
  - 1.5.5. Oceanía (Australia)

#### Tema 2: Influencia De Los Aspectos Culturales en La Negociación Internacional

- 2.1. Diversidad cultural internacional

- 2.1.1. Contexto cultural: culturas de alto y bajo contexto
  - 2.1.2. Lenguaje verbal
  - 2.1.3. Lenguaje no verbal
  - 2.1.4. La Religión
  - 2.1.5. Los valores y costumbres
  - 2.1.6. Elementos materiales
  - 2.1.7. La estética
  - 2.2. Marco de referencia: Modelos culturales y dimensiones de la negociación internacional
    - 2.2.1. Diferencias culturales investigadas por Hofstede: Distancia al poder; manejo de la incertidumbre; individualismo/colectivismo; masculinidad/feminidad
    - 2.2.2. Dimensiones culturales de Salomón Schwartz: Tradición - Autonomía; Jerarquía- Igualdad; Destreza - Armonía
    - 2.2.3. Encuesta de valores mundiales de Inglehart
    - 2.2.4. The Glob Program
  - 2.3. Inteligencia y competencial cultural del negociador
  - 2.4. Reducción del riesgo cultural
    - 2.4.1. Uso de intérpretes
    - 2.4.2. Programas de asimilación cultural
    - 2.4.3. Protocolo en los negocios internacionales
  - 2.5. Análisis local de aspectos culturales en diferentes zonas geográficas mundiales
    - 2.5.1. Características especiales del proceso de negociación según culturas
    - 2.5.2. Características del protocolo en la negociación intercultural según culturas
- Tema 3: Documentos y Contratos en los Acuerdos Internacionales
- 3.1. Características de los Contratos internacionales
  - 3.2. Principios y cláusulas generales de la contratación internacional
  - 3.3. Clases de contratos internacionales
  - 3.4. La intermediación comercial en los mercados exteriores: figuras y modalidades de contratación
    - 3.4.1. El contrato de agencia internacional
    - 3.4.2. El contrato de distribución internacional
  - 3.5. La selección de intermediarios comerciales
  - 3.6. La negociación de las condiciones del acuerdo en la intermediación comercial internacional
- Anexo. Lectura complementaria "INCOTERMS 2010"
- Casos Prácticos

### BLOQUE III. PRÁCTICAS EN EMPRESAS

#### Módulo I. Prácticas en empresas

Unidad 1. Prácticas académicas Curriculares (500 horas)

#### Módulo II. Seguridad Laboral

##### Prevención de Riesgos Laborales (curso básico)

Unidad 1: Conceptos básicos sobre seguridad y salud en el trabajo.

Tema 1: El trabajo y la Salud: los riesgos profesionales. Factores de riesgo

- 1.1. Introducción.
- 1.2. El trabajo y la salud.

Tema2: Daños derivados de trabajo. Los Accidentes de Trabajo y las Enfermedades profesionales. Otras patologías derivadas del trabajo.

- 2.1. Los riesgos laborales
- 2.2. Consecuencias de los riesgos

Tema 3: Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales. Derechos y deberes básicos en esta materia.

- 3.1. Introducción
- 3.2. Derechos y deberes básicos
- 3.3. Las directivas comunitarias
- 3.4. La legislación básica aplicable.
- 3.5. Resumen

**Unidad 2: Riesgos generales y su prevención.**

**Tema 1: Riesgos ligados a las condiciones de Seguridad**

- 1.1. Introducción
- 1.2. El lugar y la superficie de trabajo
- 1.3. Las herramientas
- 1.4. Las máquinas
- 1.5. La electricidad
- 1.6. Los incendios
- 1.7. Almacenamiento, manipulación y transporte
- 1.8. La señalización
- 1.9. Trabajos de mantenimiento
- 1.10. Resumen

**Tema2: Riesgos ligados al medio-ambiente de trabajo.**

- 2.1. Introducción
- 2.2. La exposición laboral a agentes químicos
- 2.3. La exposición laboral a agentes físicos
- 2.4. La exposición laboral a agentes biológicos
- 2.5. La evaluación del riesgo
- 2.6. El control del riesgo
- 2.7. Resumen

**Tema 3: La carga de trabajo, la fatiga y la insatisfacción laboral.**

- 3.1. Introducción
- 3.2. La carga de trabajo
- 3.3. La carga física
- 3.4. La carga mental
- 3.5. La fatiga
- 3.6. La insatisfacción laboral
- 3.7. Resumen

**Tema 4: Sistemas elementales de control de riesgos. Protección colectiva e individual**

- 4.1. Introducción
- 4.2. La protección de la seguridad y salud de los trabajadores en el trabajo
- 4.3. La protección colectiva
- 4.4. La protección individual
- 4.5. Clasificación de los equipos de protección individual. Formas de protección
- 4.6. Resumen

**Tema 5: Nociones básicas de actuación en emergencias y evaluación**

- 5.1. Introducción
- 5.2. Situación de emergencia
- 5.3. Tipos de accidentes graves
- 5.4. Clasificación de las situaciones de emergencia
- 5.5. Organización de emergencias
- 5.6. Actuaciones en un plan de emergencias inferior
- 5.7. Información de apoyo para la actuación de emergencia
- 5.8. Simulacros
- 5.9. Resumen.

**Tema 6: Primeros auxilios**

- 6.1. Introducción

- 6.2. Los primeros auxilios
- 6.3. La carga física
- 6.4. Activación del sistema de emergencia
- 6.5. Los eslabones en la cadena de socorro
- 6.6. Socorrismo laboral
- 6.7. Resumen

Tema 7: El control de la salud de los trabajadores.

- 7.1. Introducción
- 7.2. La vigilancia de la salud
- 7.3. La vigilancia de la salud de los trabajadores en el marco de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.
- 7.4. Objetivos de la vigilancia de la salud
- 7.5. Las técnicas de la vigilancia de la salud
- 7.6. Integración de los programas de vigilancia de la salud en el programa de prevención de riesgos laborales
- 7.7. Resumen

**Unidad 3: Elementos básicos de gestión de la prevención de riesgos.**

Tema 1: Organización del trabajo preventivo: “rutinas” básicas.

- 1.1. Introducción
- 1.2. La gestión de la prevención de los riesgos laborales
- 1.3. El sistema de gestión de la prevención de riesgos laborales
- 1.4. Modalidades de recursos humanos y materiales para el desarrollo de actividades preventivas
- 1.5. Resumen

Tema 2: Organismo públicos relacionados con la Seguridad y Salud en el Trabajo

- 2.1. Introducción
- 2.2. Instituciones y organismos internacionales
- 2.3. Organismos nacionales
- 2.4. Organismos de carácter autonómico
- 2.5. Resumen

## PROFESORADO

En este Curso Universitario de especialización ponemos a disposición tutores cualificados, con titulaciones universitarias de grado superior con una amplia formación acreditada, en el área de Marketing y comercial, y la negociación comercial y con una sólida y amplia experiencia en :

- el diseño de estrategias de venta, la planificación comercial, y gestión de los procesos de venta.
- la dinamización de equipos comerciales
- la negociación y resolución de conflictos
- la consultoría y formación
- la aplicación de técnicas y herramientas utilizadas en el área de conocimiento.



## METODOLOGÍA

Este curso se imparte en la modalidad a distancia bajo **metodología de aprendizaje E-Learning**.

El Modelo de formación a distancia está basado en una combinación de una acción tutorial constante por parte del equipo docente y un autoaprendizaje basado en el empleo de recursos didácticos multimedia e interactivos.

La **acción tutorial** se desarrollará completamente a través del Aula Virtual de la Plataforma de aulaformacion.

El aula virtual también será el depositario de cuantas entregas se realicen de los contenidos teórico-prácticos del curso y de otra documentación complementaria (legislación, artículos,...) y de otros recursos informativos y de asesoramiento. Por ello, es necesario conectarse al Aula Virtual y realizar el seguimiento para el buen aprovechamiento del curso.

La formación a distancia se basa en un modelo de formación que no requiere la presencia física del alumno en una clase o centro de formación tradicional, lo que permite compatibilizar el aprendizaje con otras actividades, lo que le caracteriza por una gran flexibilidad en el desarrollo del curso. El alumno es quien establece sus horarios, el ritmo y el lugar de realización del curso, aunque dentro del Plan de Trabajo establecido. Por otro lado, se trata de un tipo de aprendizaje con un alto componente de autonomía que requiere la autoexigencia por parte del alumno y una buena planificación.

El autoaprendizaje es necesario a través del estudio y el trabajo individual.

## MATERIAL DIDÁCTICO

Para ayudar al alumno, además de la acción tutorial, se pone a su disposición un material didáctico con una alta calidad formativa. Este material didáctico, se pone a disposición del alumno a través del aula virtual donde además del contenido teórico práctico en formato multimedia e interactivo se encontrará con otro material complementario, foros de discusión, talleres y tareas, módulos resumen y de ejercicios en formato multimedia e interactivo, y los test de evaluación.

La **matrícula incluye:** acceso al Aula Virtual de la Plataforma y acceso permanente a los contenidos a la finalización.

## EVALUACIÓN

Para la obtención del Certificado del curso será necesario superar las tareas propuestas satisfactoriamente y los test de las unidades didácticas respondiendo correctamente a un mínimo del 70% de las preguntas formuladas en cada test. Posibilidad de recuperación de las evaluaciones suspensas.

## Cursos Universitarios de especialización con prácticas

Otros Cursos que pueden ser de tu interés con prácticas curriculares:

- Program Advanced en Liderazgo, Capacidades directivas, profesionales
- Program Advanced en Desarrollo del Talento Digital
- Program Advanced en el área de Recursos Humanos
- Program Advanced en el área de Docencia y Formación
- Program Advanced en el área de Gestión Comercial y Ventas
- Program Advanced en el área de Marketing
- Program Advanced en el área de Marketing Digital y Social Media
- Program Advanced en el área de Diseño, Contenidos y Comunicación Digital
- Program Advanced en el área de Comercio y Marketing Internacional
- Program Advanced en el área Económica y Administrativa
- Program Advanced en el área de Proyectos
- Program Advanced en el área de Calidad: gestión de la Calidad
- Program Advanced en el área de Calidad: Metodologías de la Calidad
- Program Advanced en el área de Medioambiente
- Program Advanced en el área de Seguridad y Salud en el Trabajo
- Program Advanced en el área de Seguridad Alimentaria
- Program Advanced en el área de Proyectos de Software
- Program Advanced en el área de Cumplimiento Normativo
- Program Advanced en el área de Diseño Técnico
- Program Advanced en el área de Innovación y Desarrollo



Luis Tapia Aneas. Director de Aulaformacion

«La mente que se ensancha con una nueva idea, nunca vuelve a su dimensión original.» (Alvin Moscow)

La Escuela de Calidad y Formación Empresarial es una iniciativa promovida por AULAFORMACION como Centro colaborador de la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC), y empresa especializada en la impartición de formación a distancia a través de metodologías e-learning. Compuesta de un grupo de profesionales en los ámbitos académico y empresarial, que tiene por misión la formación en nuevas profesiones emergentes en los ámbitos de la Calidad, la Gestión, y de la Innovación empresarial.

AULAFORMACION (Aula Formación Conocimiento e Innovación S.L.) es la empresa del Grupo PM Consultores especializada en la gestión de la formación y en la aplicación de las nuevas tecnologías de la información al sector del aprendizaje y de la educación.

AULAFORMACION es Centro Colaborador de la Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC) desde el año 2011.

Grupo PM Consultores [www.pmconsultores.com](http://www.pmconsultores.com) es una firma especializada en la gestión de proyectos de valor añadido en las áreas de la Gestión y Organización empresarial.

AULAFORMACION tiene por misión ser su aliado en la Formación. Disponemos de conocimiento e innovación, que queremos transmitir a nuestros clientes, a través del aprendizaje y de la Formación Empresarial para generar competitividad, mejorar habilidades personales u desarrollar capacidades profesionales.

En AULAFORMACION ofrecemos a cada persona una solución especializada de formación a distancia para su futuro. Contribuimos a que todas las personas ejerzan su derecho a tener la posibilidad de formarse a lo largo de la vida, dentro y fuera del sistema educativo, con el fin de adquirir, actualizar, completar y ampliar sus capacidades, conocimientos, habilidades, aptitudes y competencias para su desarrollo personal y profesional.

La Escuela de Calidad y Formación Empresarial en la impartición de sus programas y cursos universitarios de especialización persigue la **formación en competencias** y la transformación y la **adaptación al cambio** de los diferentes perfiles profesionales, mediante la incorporación de nuevas tendencias de gestión y organización empresarial, y nuevas metodologías y herramientas.

Todos nuestros cursos están diseñados e impartidos por profesionales que trabajan en el sector de la Calidad, la Organización empresarial, la Consultoría y la Formación Empresarial y se imparten en la modalidad a distancia bajo metodología de aprendizaje E-Learning, basada en una combinación de una acción tutorial constante y un autoaprendizaje basado en el empleo de recursos didácticos multimedia e interactivos.

En todo momento, el alumno en el seguimiento de la formación impartida contará con soporte y ayuda de personal cualificado, tanto en los aspectos académicos y formativos (tutorización), como de coordinación y gestión administrativa, como en el uso y aprovechamiento de los recursos y del material que se sigue e imparte en la plataforma e-Learning.

Por último la Escuela de Calidad y Formación empresarial como medida para potenciar la inserción e integración de sus alumnos al Mercado laboral complementa en sus programas formativos con la realización de **Prácticas en empresas**, con carácter voluntario. Aulaformación y la UEMC otorgan a todos aquellos que se matriculen en estos cursos con prácticas una beca de reducción de precio (precio becado).

