

aulaformacion

Parque Industrial. P-113. 34200 Venta de Baños - Palencia - Tel. 902 300 247 - www.aulaformacion.es - gestion@aulaformacion.es

**CURSO UNIVERSITARIO DE ESPECIALIZACIÓN
CON PRÁCTICAS EN EMPRESA**

UEMC

Universidad Europea
Miguel de Cervantes

Técnico en Gestión Comercial de Ventas

Cursos Online 100%

Programas Certificados por
Universidad Europea
Miguel de Cervantes (UEMC)

www.calidadyformacionempresarial.es

Tel. 902 300 247

aulaformacion
FORMACIÓN ESPECIALIZADA A DISTANCIA

M
Project Management
EXCELLENCE

FORMACION
OnLine

Datos generales del curso TÉCNICO EN GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS

¡INVIERTE EN TU FUTURO PROFESIONAL!

Imprescindible para la formación y cualificación de profesionales y responsables de la gestión comercial (área de comercio y marketing) en nuestras empresas y organizaciones.



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 otorga validez a efectos de su participación o presentación en oposiciones, concursos oposición, concursos de méritos y otros procesos de selección. 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 y los ajusta en todo a los requisitos exigidos por las comisiones de baremación.

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 EN EMPRESAS

Este Curso Técnico Universitario de especialización da opción a la persona matriculada a la realización de prácticas no laborales en una empresa.

Dichas prácticas podrán ser 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 del Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas externas de los estudiantes universitarios.

La duración de la práctica no deberá de exceder de **6 meses de duración**. El plazo comenzará a computar desde la firma del convenio, siempre que éste se produzca entre el inicio y la finalización del curso académico.

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

La realización de la práctica es **opcional y voluntaria** para el alumno siendo éste el encargado de la búsqueda de la empresa receptora de la práctica. Si ésta se produce quedará recogido en el correspondiente Título 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/o 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.

Adenda a las Prácticas en empresas.

El programa obligatorio del curso está **complementado por un programa formativo voluntario ("Bloque de competencias personales" - ver programa -)**, para quién opte a la realización de prácticas en empresas.

Dicho programa voluntario, está compuesto por dos módulos formativos:

- Un primer módulo cuya finalidad es que el alumno obtenga competencias para mejorar su empleabilidad y su crecimiento personal y profesional.
- Un segundo módulo (obligatorio para quién ya esté realizando la práctica no laboral) de información de la normativa de seguridad y prevención de riesgos laborales (según establece el RD 592/2014).

DESCRIPCIÓN

Este **Curso Técnico Universitario de especialización** habilita 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.

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.

OBJETIVOS DIDÁCTICOS

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
- 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.

El programa académico obligatorio incorpora además del desarrollo de competencias específicas profesionales y académicas propias de la materia y área del curso, un programa complementario de contenidos que favorece el desarrollo de competencias generales instrumentales (resolución de problemas), personales (trabajo en equipo) y sistémicas (Liderazgo).

PRECIO

Precio oficial: 495 euros.

Precio becado: 350 euros (*)

Incluye acceso al Aula Virtual de la Plataforma y entrega de CD Rom con los contenidos a la finalización del curso (y su envío por correo postal).

(*) El Precio con beca, además de lo anterior, incluye la opción a la realización de las Prácticas en empresa. El "precio becado" es una medida de la UEMC y AULAFORMACION para favorecer la empleabilidad y la inserción laboral de sus alumnos.

Matrícula abierta todo el año.

Posibilidad de financiación para trabajadores de empresas a través de la gestión de la **Formación Bonificada**. Consultar.

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.

- Requisitos de acceso al curso y al diploma universitario: ninguno. No se requiere titulación alguna.

PROGRAMA

Duración 200 horas (8 ECTS)

Matrícula abierta todo el año

Programa a desarrollar en el plazo máximo de 3 meses. En el caso de programa con prácticas se amplía a 6 meses.

A) BLOQUE DE COMPETENCIAS ESPECIFICAS:

Módulo I. Estrategias y técnicas para la gestión comercial

Unidad 1. Gestion 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

B) BLOQUE DE COMPETENCIAS GENÉRICAS:

Modulo VI. Resolución de Conflictos y Trabajo en Equipo

Unidad 1. Resolución de Conflictos

Unidad 2. Trabajo en equipo

Modulo VII. Técnicas de motivación de equipos y automotivación

Unidad 1. La importancia de la motivación

Unidad 2. Modelos motivacionales

Unidad 3. Técnicas de motivación

Unidad 4. El poder de la motivación

C) BLOQUE DE COMPETENCIAS PERSONALES -Opcional (*)-

(*) Complemento del Programa, para quienes realicen prácticas no laborales

Módulo VIII. Marca Personal y búsqueda de Empleo (Opcional)

- Unidad 1.** Contexto de la Marca Personal: ¿Por qué es necesario crear una Marca Personal?
- Unidad 2.** Personal Branding
- Unidad 3.** El marketing personal
- Unidad 4.** El auto-conocimiento: Conócete a ti mismo
- Unidad 5.** Análisis externo: el mercado laboral y la intermediación laboral
- Unidad 6.** Diagnóstico: Posicionamiento. Mi perfil profesional
- Unidad 7.** El Plan de acción
- Unidad 8.** La creación de Marca Personal. 2.0. La identidad digital y reputación 2.0.
- Unidad 9.** La visibilidad y comunicación de la marca. Networking
- Unidad 10.** El proceso de selección de personal. Reclutamiento 2.0.
- Unidad 11.** Estrategias de búsqueda de empleo
- Unidad 12.** Herramientas 2.0. para crear marca y buscar empleo
- Unidad 13.** La gestión de la Reputación Online
- Unidad 14.** Ejemplos de casos prácticos: marca personal y estrategias de empleabilidad
- Unidad 15.** Taller práctico. Plan de acción: construye y planifica tu propia Marca Personal y desarrolla tu propio Personal Marketing Plan para la búsqueda de empleo

Módulo IX. Prevención de Riesgos Laborales (Obligatorio)

- Unidad 1.** Conceptos básicos sobre seguridad y salud en el trabajo
- Unidad 2.** Riesgos generales y su prevención
- Unidad 3.** Elementos básicos de gestión de la prevención de riesgos

(*) 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

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 progressive"
- 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 progussive and present perfect
- Tema 12. Mixed tenses

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 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 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 entrega de CD Rom con los contenidos a la finalización (y su envío por correo postal).

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 relacionados

Otros Cursos que pueden ser de tu interés en el área de gestión:

- Experto en Sistemas de Gestión de la Seguridad alimentaria
- Experto en Gestión de la Calidad y Excelencia empresarial
- Experto en Gestión de Sistemas integrados: Calidad, Medioambiente y Prevención
- Experto en Gestión medioambiental
- Experto en Community Manager y Social Media
- Técnico superior en Gestión Económico administrativa
- Técnico en Sistemas de Gestión de la Calidad ISO 9001
- Técnico en Sistemas de Gestión Medioambiental ISO 14001
- Técnico en Sistemas de Gestión de la Salud y Seguridad Laboral
- Técnico en Gestión de la Seguridad de la información y de la Protección de datos
- Técnico en Empresa Digital: adaptación de la pyme al Entorno 2.0 y a nuevos Modelos de Negocio Digital
- Técnico en Community Manager
- Técnico en Marketing de contenidos
- Técnico en Gestión comercial de ventas
- Técnico en Dirección y gestión de Recursos humanos
- Técnico en Habilidades directivas
- Técnico en Formación 2.0
- Técnico en Gestión contable y análisis económico
- Técnico en Facturación y Gestión de Riesgos
- Técnico en Ofimática
- Técnicas para mandos intermedios: mejora de procesos y solución de problemas



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.

Grupo PM Consultores 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).

