



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Maestría Internacional de Encargado de Pescadería



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Maestría Internacional de Encargado de Pescadería

**DURACIÓN:**

600 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.495 \$

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CENTRO DE FORMACIÓN:**

Educa Business School



Titulación

Titulación de Maestría Internacional de Encargado de Pescadería con 600 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

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).





Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX

Con una calificación de **NOTABLE**

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA



La presente formación se expide al Alumno/a titular de la TITULACIÓN de la acción formativa de 425 horas de formación de postgrado en el área de Negocios de Formación de Postgrado, correspondiente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019. La presente formación se expide al Alumno/a titular de la TITULACIÓN de la acción formativa de 425 horas de formación de postgrado en el área de Negocios de Formación de Postgrado, correspondiente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019. La presente formación se expide al Alumno/a titular de la TITULACIÓN de la acción formativa de 425 horas de formación de postgrado en el área de Negocios de Formación de Postgrado, correspondiente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019.

Descripción

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



Objetivos

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

A quién va dirigido

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

Para qué te prepara

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

Salidas Laborales

Comercial, Encargado de Pescadería, Economía, Productores piscícolas.

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia

- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. ENCARGADO DE PESCADERÍA

MÓDULO 1. PRODUCTOS DE PESCADERÍA

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

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

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

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

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

1. Procedimiento a seguir en la limpieza del pescado

- 2. Distintos cortes en función de su cocinado
- 3. Limpieza de crustáceos y moluscos según la especie

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONSERVACIÓN DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS DE PESCADERÍA

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

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

- 1. Introducción
- 2. Clasificación de los alimentos
- 3. Vitaminas en el pescado
- 4. Minerales
- 5. Agua

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA ACUICULTURA

- 1. La acuicultura
- 2. La acuicultura en el mundo
- 3. Ventajas de la acuicultura
- 4. Clasificación de la acuicultura

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

- 1. Producción ecológica
- 2. La pesca sostenible
- 3. Greenpeace

MÓDULO 2. HIGIENE Y SEGURIDAD EN PESCADERÍA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MANIPULACIÓN HIGIÉNICA DE ALIMENTOS

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

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 3. IMPLANTACIÓN Y MANTENIMIENTO DE UN SISTEMA APPCC

- 1.Introducción
- 2.Requisitos para la implantación
- 3.Equipo para la implantación
- 4.Sistemas de vigilancia
- 5.Registro de datos
- 6.Instalaciones y equipos
- 7.Mantenimiento de un sistema APPCC

UNIDAD DIDÁCTICA 4. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PRIMEROS AUXILIOS

- 1.Introducción
- 2.Principios de actuación en primeros auxilios
- 3.Terminología clínica
- 4.Valoración del estado del accidentado: valoración primaria y secundaria
- 5.Contenido básico del botiquín de urgencias
- 6.Legislación en primeros auxilios
- 7.Conocer o identificar las lesiones
- 8.Recursos necesarios y disponibles
- 9.Fases de la intervención sanitaria en emergencia
- 10.Exploración de la víctima

MÓDULO 3. TÉCNICAS DE VENTA APLICADAS A PESCADERÍAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL PROCESO DE COMPRA. CONSUMIDOR EN PESCADERÍAS

- 1.Proceso de decisión del comprador
- 2.Roles en el proceso de compra
- 3.Complejidad en el proceso de compra
- 4.Tipos de compra
- 5.Psicología del consumidor
- 6.Variable que influyen en el proceso de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL PROCESO DE VENTA. VENDEDOR EN PESCADERÍAS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DOCUMENTOS MERCANTILES EN EL PROCESO DE COMPRA-VENTA EN PESCADERÍAS

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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL Y HABILIDADES SOCIALES EN PESCADERÍA

- 1.El proceso de comunicación
- 2.Elementos de la comunicación
- 3.Dificultades de la comunicación
- 4.Estructura del mensaje
- 5.Niveles de la comunicación comercial
- 6.Estrategias para mejorar la comunicación
- 7.La comunicación comercial y publicitaria
- 8.¿Qué son las habilidades sociales?
- 9.Escucha activa
- 10.¿Qué es la comunicación no verbal?
- 11.Componentes de la comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE EN PESCADERÍAS. TRATAMIENTO DE QUEJAS, RECLAMACIONES, DUDAS Y OBJECIONES

- 1.Servicio al cliente
- 2.Asistencia al cliente

3. Información y formación del cliente
4. Satisfacción del cliente
5. Formas de hacer el seguimiento
6. Derechos del cliente-consumidor
7. Tratamiento de quejas, reclamaciones, dudas y objeciones
8. ¿Por qué surgen las reclamaciones?
9. Directrices en el tratamiento de quejas y objeciones
10. ¿Qué hacer ante el cliente?
11. ¿Qué no hacer ante el cliente?
12. Actitud ante las quejas y reclamaciones
13. Tratamiento de dudas y objeciones
14. Atención telefónica en el tratamiento de quejas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA NEGOCIACIÓN EN PESCADERÍAS

1. Concepto de negociación
2. Bases fundamentales de los procesos de negociación
3. Tipos de negociaciones
4. Las conductas de los buenos negociadores
5. Fases de la negociación
6. Estrategias de negociación
7. Tácticas de negociación
8. Cuestiones prácticas de negociación

MÓDULO 4. MARKETING APLICADO A PESCADERÍAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

1. Merchandising
2. Condiciones ambientales
3. Captación de clientes
4. Diseño interior
5. Situación de las secciones
6. Animación
7. Mobiliario
8. La circulación de los clientes
9. Distribución de las secciones
10. La cartelería y señalización
11. Exterior del punto de venta
12. La identidad, logo y rótulo
13. Entrada al establecimiento
14. Acciones para tener un comercio actual
15. ¿Dónde establezco el punto de venta?

16.¿Por qué es importante la imagen exterior de mi punto de venta?

17.El escaparate

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DEL LINEAL

1.El lineal

2.Optimización de líneas

3.Reparto del lineal

4.Lineal óptimo según producto y tiempo de exposición

5.La implantación del lineal

6.Sistemas de reposición de lineales

7.Normativa aplicable a la implantación de productos

8.Aplicaciones informáticas para la optimización del lineal y distribución de lineales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS GENERALES SOBRE MERCHANDISING. PUBLICIDAD EN EL PUNTO DE VENTA

1.Concepto y tipos de merchandising

2.Análisis de la promoción en el punto de venta

3.Objetivos del merchandising promocional

4.Tipos de promociones en el punto de venta

5.Tipos de periodos para animar el establecimiento

6.Actitudes para un buen funcionamiento de su negocio

7.¿Cómo gestionar eficazmente el área expositiva?

8.Técnicas de animación

9.La publicidad en el lugar de venta (PLV)

10.Elementos de venta visual

11.Medios publicitarios

MÓDULO 5. GESTIÓN COMERCIAL APLICADA A PESCADERÍAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

1.Variables que intervienen en la optimización de recursos

2.Los indicadores cuantitativos de control, a través del Cuadro de Mando Integral

3.Otros indicadores internos

4.La mejora continua de procesos como estrategia competitiva

5.Autoconocimiento y gestión del tiempo

6.Diferentes hábitos inadecuados

7.Tiempo de dedicación y tiempo de rendimiento y rendimiento

8.Influencia el entorno laboral

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE PRODUCTOS Y SURTIDO EN EL PUNTO DE VENTA

1.Clasificación de los productos en el punto de venta

2.Identificación del producto

3.Posicionamiento de los productos: productos atractivos y primeras marcas

4. Acondicionamiento del producto
5. Trazabilidad del producto en el punto de venta
6. El surtido en el punto de venta
7. Métodos de determinación del surtido
8. Elección de las referencias
9. Aplicación de programas informáticos de gestión del surtido

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTROL DE LA IMPLANTACIÓN DE PRODUCTOS. GESTIÓN DE STOCK

1. Instrumentos de control cuantitativo y cualitativo
2. Parámetros de gestión de categorías
3. Cálculo de ratios económico-financieros
4. Análisis e interpretación de los ratios para la gestión de productos
5. Introducción de medidas correctoras
6. Utilización de hojas de cálculo y aplicaciones informáticas en la gestión de productos y surtidos
7. Los inventarios
8. Métodos de gestión de los inventarios
9. Elaboración de un inventario
10. Métodos de gestión de stock
11. Stock de seguridad
12. Modelos de gestión de stock

PARTE 2. GESTIÓN LABORAL Y DE RECURSOS HUMANOS

MÓDULO 1. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE PLANTILLAS

1. Introducción
2. Concepto de planificación de Recursos Humanos
3. Importancia de la planificación de los Recursos Humanos: ventajas y desventajas
4. Objetivos de la planificación de Recursos Humanos
5. Requisitos previos a la planificación de Recursos Humanos
6. El caso especial de las Pymes
7. Modelos de planificación de los Recursos Humanos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA GESTIÓN DE RR EN LA ORGANIZACIÓN. GESTIÓN POR COMPETENCIAS

1. Formación en la empresa. Desarrollo del talento
2. Marketing de la formación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

1. Introducción
2. Comunicación interna

- 3.Herramientas de comunicación
- 4.Plan de comunicación interna
- 5.La comunicación externa
- 6.Cultura empresarial o corporativa
- 7.Clima laboral
- 8.Motivación y satisfacción en el trabajo

MÓDULO 2. GESTIÓN LABORAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS I. LA RELACIÓN LABORAL

- 1.El contrato de trabajo: capacidad, forma, período de prueba, duración y sujetos
- 2.Tiempo de trabajo
- 3.Las Empresas de Trabajo Temporal (ETT)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS II. MODALIDADES DE CONTRATACIÓN

- 1.Tipologías y modalidades de contrato de trabajo
- 2.Contratación de personas con discapacidad
- 3.Modificaciones de las condiciones del contrato de trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 6. SISTEMA DE SEGURIDAD SOCIAL. RÉGIMEN GENERAL

- 1.Introducción. El Sistema de la Seguridad Social
- 2.Regímenes de la Seguridad Social
- 3.Régimen General de la Seguridad Social. Altas y Bajas

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE NÓMINAS Y COTIZACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

- 1.El Salario: elementos, abono, SMI, pagas extraordinarias, recibo y garantía
- 2.Cotización a la Seguridad Social
- 3.Retención por IRPF
- 4.Relación de ejercicios resueltos: Bases y tipos de contingencias

PARTE 3. TÉCNICAS PUBLICITARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

- 1.La comunicación comercial
- 2.El mix de comunicación comercial: la venta personal, la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y el marketing directo
- 3.La comunicación global de la empresa: identidad e imagen corporativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PUBLICIDAD

- 1.Definición de Publicidad
- 2.Procesos de Comunicación Publicitaria
- 3.Técnicas de Comunicación Publicitaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA EMPRESA ANUNCIANTE. EL EMISOR

- 1.Necesidad del Departamento de Publicidad en la empresa
- 2.Funciones del Departamento de Publicidad

3.Determinación del presupuesto publicitario

4.La selección de la empresa de publicidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA AGENCIA PUBLICITARIA. EL EMISOR TÉCNICO

1.La Agencia de Publicidad

2.Organigrama de una Agencia Publicitaria

3.Clasificación de las Agencias

4.El fundamento económico y las relaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL CANAL DE COMUNICACIÓN

1.Concepto y clasificación

2.Medios Publicitarios

3.Internet y Publicidad

4.Animación y Marketing

5.Telemarketing

6.Estrategias Publicitarias

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA PLATAFORMA COMERCIAL

1.Introducción

2.El cliente actual

3.El cliente potencial

4.Plataforma Comercial de Mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 7. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN EN EL MERCADO RELEVANTE

1.El entorno de las Organizaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES Y DE LAS ORGANIZACIONES

1.El estudio del comportamiento de compra: características, alcance e interrelaciones con otras disciplinas

2.Los condicionamientos del comportamiento de compra de los consumidores

3.Tipos de comportamiento de compra y etapas en el proceso de compra en los mercados de consumo

4.El comportamiento de compra de las organizaciones: condicionantes, tipos de comportamiento y etapas en el proceso de compra industrial

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

1.Importancia de la estrategia de segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones

2.Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz

3.Las estrategias de cobertura del mercado

4.Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL ATRACTIVO DEL MERCADO Y DE LOS SEGMENTOS

1.El análisis de la demanda. Concepto, dimensiones y factores condicionantes de la demanda

2.Concepto de cuota de mercado de una marca: determinación y análisis de sus componentes

3.Los modelos explicativos de la selección y del intercambio de marca

4.Los factores condicionantes del atractivo estructural de un mercado o segmento

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y EL MARKETING

1. Componentes de un sistema de información de marketing
2. Concepto, objetivos y aplicaciones de la investigación de mercado
3. Metodología para la realización de un estudio de investigación de mercado

PARTE 4. MERCHANDISING, PUBLICIDAD Y ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

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

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONSUMIDOR

1. El consumidor y sus necesidades
2. La psicología; mercado
3. La psicología; consumidor
4. Necesidades
5. Motivaciones
6. Tipos de consumidores
7. Análisis del comportamiento del consumidor
8. Factores de influencia en la conducta del consumidor
9. Modelos del comportamiento del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

1. Servicio al cliente
2. Asistencia al cliente
3. Información y formación del cliente
4. Satisfacción del cliente
5. Formas de hacer el seguimiento
6. Derechos del cliente-consumidor
7. Tratamiento de reclamaciones
8. Tratamiento de dudas y objeciones

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL PROCESO DE COMPRA

1. Proceso de decisión del comprador
2. Roles en el proceso de compra
3. Complejidad en el proceso de compra
4. Tipos de compra
5. Variables que influyen en el proceso de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 5. VENTAS

1. Introducción

- 2. Teorías de las ventas
- 3. Tipos de ventas
- 4. Técnicas de ventas
- 5. Anexo I. Envoltorio y Paquetería
- 6. Anexo II. Costes de Presentación y Paquetería

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA

- 1. El vendedor
- 2. Tipos de vendedores
- 3. Características del buen vendedor
- 4. Cómo tener éxito en las ventas
- 5. Actividades del vendedor
- 6. Nociones de psicología aplicada a la venta
- 7. Consejos prácticos para mejorar la comunicación
- 8. Actitud y comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ANIMACIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

- 1. Merchandising
- 2. Condiciones ambientales
- 3. Captación de clientes
- 4. Diseño interior
- 5. Situación de las secciones
- 6. Animación
- 7. Mobiliario
- 8. La Circulación de los Clientes
- 9. Distribución de las secciones
- 10. La cartelería y señalización