

DOBLE TITULACIÓN

MÁSTER EN VENTAS + MÁSTER EN E-COMMERCE

DOBLE TITULACIÓN CERTIFICADA POR NOTARIO EUROPEO

MES004

Escuela asociada a:



CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE FORMACIÓN



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ESCUELAS DE NEGOCIOS

Reconocimiento de calidad:



ICEEX
EXCELLENCE & QUALITY
CERTIFICATED: 202142

DESTINATARIOS

Este curso está dirigido a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores y cualquier persona que pretenda adquirir los conocimientos necesarios en entorno ventas y e-commerce

MODALIDAD

- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

DURACIÓN

La duración del curso es de 600 horas.

IMPORTE

IMPORTE ORIGINAL: 2380€

IMPORTE ACTUAL: 595 €

CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER EN VENTAS + MÁSTER EN E-COMMERCE", de ESNECA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, AEC y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

ESNECA BUSINESS SCHOOL, desde noviembre de 2016, y siguiendo su apuesta por la calidad, ha sido reconocida con el sello ICEEX de la excelencia y la calidad de la formación.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

MÓDULO 1. TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA

1. Tipos de venta.
2. Fases del proceso de venta.
3. Preparación de la venta.
4. Aproximación al cliente.
5. Análisis del producto/servicio.
6. El argumentario de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1. Presentación y demostración del producto/servicio.
2. Demostraciones ante un gran número de clientes.
3. Argumentación comercial.
4. Técnicas para la refutación de objeciones.
5. Técnicas de persuasión a la compra.
6. Ventas cruzadas.
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta.
8. Técnicas de comunicación no presenciales.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La confianza y las relaciones comerciales.
2. Estrategias de fidelización.
3. Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing.
4. Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE VENTA

1. Conflictos y reclamaciones en la venta.
2. Gestión de quejas y reclamaciones.
3. Resolución de reclamaciones.
4. Respuestas y usos habituales en el sector comercial.
5. Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento.
6. Juntas arbitrales de consumo.

MÓDULO 2. E-COMMERCE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES EN COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción al Comercio Electrónico
2. Marketing electrónico vs. Comercio Electrónico
3. Origen del Comercio Electrónico
4. Integración de Internet en la estrategia de Marketing
5. Algunas cifras

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MODELOS DE NEGOCIO ONLINE

1. Modelos de Negocio Online
2. Modelos de negocio online según los participantes en las transacciones comerciales electrónicas
3. Tipos de Negocio Online según Hoffman, Novak y Chatterjee
4. Modelos de negocio basados en Internet según Michael Rappa
5. Basados en las redes interorganizacionales
6. Otros modelos de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROCESO DE COMPRA EN COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Fases del proceso de compra
2. Carro de la compra
3. Cadena de valor en comercio electrónico
4. Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL INTERCAMBIO DE PRODUCTOS ONLINE

1. Intercambio de productos y/o servicios a través de Internet
2. Factores que influyen en la experiencia web para que se produzca el intercambio de productos y/o servicios
3. Política de precios en Internet
4. Atención al cliente en el intercambio de productos vía Internet

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COMUNICACIÓN EN COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Internet como canal de comunicación
2. Herramientas en Comunicación
3. Venta en Internet
4. Proceso de planificación publicitaria
5. Campañas online

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FIDELIZACIÓN EN COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción
2. Proceso de fidelización
3. Ventajas de la fidelización en comercio electrónico
4. Retención de los consumidores
5. Fórmula y acciones a tener en cuenta para llevar a cabo la fidelización
6. Estrategias en fidelización

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MEDIOS DE PAGO

1. Introducción
2. Clasificación de los medios de pago
3. Pago con tarjeta bancaria
4. Pago contra-reembolso
5. Medios de Pago puramente online
6. Seguridad en los pagos online
7. Fraude para los consumidores online

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ENTORNO LEGAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Principales normas reguladoras
2. Ley Orgánica de Protección de Datos

3. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico
4. Protección de Datos en Marketing