



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

**Postgrado en Liderazgo en Retail Marketing & Sales Management + Titulación Universitaria**





Elige aprender en la escuela  
**líder en formación online**

# ÍNDICE

**1** | Somos Euroinnova

**2** | Rankings

**3** | Alianzas y acreditaciones

**4** | By EDUCA EDTECH Group

**5** | Metodología LXP

**6** | Razones por las que elegir Euroinnova

**7** | Financiación y Becas

**8** | Métodos de pago

**9** | Programa Formativo

**10** | Temario

**11** | Contacto

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## SOMOS EUROINNOVA

**Euroinnova International Online Education** inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de

**19**

años de  
experiencia

Más de

**300k**

estudiantes  
formados

Hasta un

**98%**

tasa  
empleabilidad

Hasta un

**100%**

de financiación

Hasta un

**50%**

de los estudiantes  
repite

Hasta un

**25%**

de estudiantes  
internacionales

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,  
**Elige Euroinnova**



**QS, sello de excelencia académica**  
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

## RANKINGS DE EUROINNOVA

---

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## BY EDUCA EDTECH

---

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



### ONLINE EDUCATION

---



Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

# METODOLOGÍA LXP

---

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



## 1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar dónde, cuándo y cómo quiera.



## 2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



## 3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



## 4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



## 5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



## 6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas  
**PROPIOS**  
**UNIVERSITARIOS**  
**OFICIALES**

## RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

### 1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

### 2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

### 3. Nuestra Metodología



#### 100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



#### APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



#### EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



#### NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## 4. Calidad Aenor

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001



## 5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



## 6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

## FINANCIACIÓN Y BECAS

---

Financia tu cursos o máster 100 % sin intereses y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

**25%** Beca  
ALUMNI

**20%** Beca  
DESEMPLEO

**15%** Beca  
EMPRENDE

**15%** Beca  
RECOMIENDA

**15%** Beca  
GRUPO

**20%** Beca  
FAMILIA  
NUMEROSA

**20%** Beca  
DIVERSIDAD  
FUNCIONAL

**20%** Beca  
PARA PROFESIONALES,  
SANITARIOS,  
COLEGIADOS/AS



[Solicitar información](#)

## MÉTODOS DE PAGO

---

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## Postgrado en Liderazgo en Retail Marketing & Sales Management + Titulación Universitaria



**DURACIÓN**



**MODALIDAD  
ONLINE**



**ACOMPANIAMIENTO  
PERSONALIZADO**



**CREDITOS  
4 ECTS**

### Titulación

---

Este curso en Liderazgo en Retail Marketing & Sales Management le prepara para conocer a fondo el entorno del comercio minorista en relación con las técnicas y procesos de venta que le ayudarán a desenvolverse independientemente en el sector, prestando un servicio de calidad al cliente y satisfaciendo sus necesidades. Además pretende dotar a sus alumnos de las competencias, conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para comprender los procesos de comunicación y promoción de las empresas a través de Internet. Dentro de este ámbito, también enseña cómo llevar a cabo la compra-venta por Internet de forma correcta y segura.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



- Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos.
- Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio postventa.
- Gestionar la selección y formación del personal de promoción necesario para el desarrollo de la campaña promocional, de acuerdo con las especificaciones definidas.
- Controlar la eficiencia de las acciones promocionales estableciendo medidas para optimizar la gestión de la actividad y alcanzar los objetivos previstos en el plan de marketing.
- Integrar y potenciar Internet en la estrategia comercial de la empresa
- Conocimiento de los principales aspectos legales referentes al comercio electrónico
- Asimilación de las ventajas de Internet como canal de venta
- Conocimiento acerca de cómo mantener la seguridad en las compras a través de Internet
- Desarrollo de las habilidades que permitan llevar a cabo el marketing interactivo
- Desarrollo de técnicas de confianza para los clientes a la hora de realizar pagos por Internet
- Conocimiento de las principales leyes que regulan el marketing interactivo

## Para qué te prepara

---

Este curso en Liderazgo en Retail Marketing & Sales Management está dirigido a profesionales del mundo de la gestión del pequeño comercio que deseen seguir adquiriendo formación sobre la materia y especializarse en los procesos y técnicas de venta.

## A quién va dirigido

---

Este curso en Liderazgo en Retail Marketing & Sales Management le prepara para conocer a fondo el entorno del comercio minorista en relación con las técnicas y procesos de venta que le ayudarán a desenvolverse independientemente en el sector, prestando un servicio de calidad al cliente y satisfaciendo sus necesidades. Además pretende dotar a sus alumnos de las competencias, conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para comprender los procesos de comunicación y promoción de las empresas a través de Internet. Dentro de este ámbito, también enseña cómo llevar a cabo la compra-venta por Internet de forma correcta y segura.

## Salidas laborales

---

Comercio minorista / Experto en ventas / Marketing / Comercio.

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## TEMARIO

---

# PARTE 1. RETAIL SALES MANAGEMENT

## UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA

1. Tipos de venta
  1. - La venta presencial
  2. - La venta fría
  3. - La venta en establecimientos
  4. - La venta sin establecimiento
  5. - La venta no presencial
2. Fases del proceso de venta
  1. - Aproximación al cliente, desarrollo y cierre de la venta
  2. - Fases de la venta no presencial
3. Preparación de la venta
  1. - Conocimiento del producto
  2. - Conocimiento del cliente
4. Aproximación al cliente
  1. - Detección de necesidades del consumidor
  2. - Clasificación de las necesidades de Maslow
  3. - Hábitos y comportamiento del consumidor
  4. - El proceso de decisión de compra
  5. - Comportamiento del vendedor y consumidor en el punto de venta
  6. - Observación y clasificación del cliente
5. Análisis del producto/servicio
  1. - Tipos de productos según el punto de venta y establecimiento
  2. - Atributos y características de productos y servicios
  3. - Características del producto según el CVP (Ciclo de vida de producto)
  4. - Formas de presentación: envases y empaquetado
  5. - Condiciones de utilización
  6. - Precio. Comparaciones
  7. - Marca
  8. - Publicidad
6. El argumentario de ventas
  1. - Información del producto al profesional de la venta
  2. - El argumentario del fabricante
  3. - Selección de argumentos de venta

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1. Estructura del entorno comercial
  1. - Sector comercio
  2. - Comercialización en otros sectores
  3. - Agentes
  4. - Relaciones entre los agentes

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. Representación comercial
3. Distribución comercial
4. Franquicias
5. Asociacionismo
6. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial
7. Fuentes de información y actualización comercial
8. Estructura y proceso comercial en la empresa
9. Posicionamiento del producto, servicio y los establecimientos comerciales
10. Normativa general sobre comercio
  1. - Ley de Ordenación del Comercio Minorista
  2. - Ventas especiales
  3. - Normativa local en el comercio minorista
11. Devoluciones
12. Garantía

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS**

1. Documentos comerciales
  1. - Documentación de los clientes
  2. - Documentación de los productos y servicios
  3. - Documentos de pago
2. Documentos propios de la compraventa
  1. - Orden de pedido
  2. - Factura
  3. - Recibo
  4. - Justificantes de pago
3. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial
4. Elaboración de la documentación
  1. - Elementos y estructura de la documentación comercial
  2. - Orden y archivo de la documentación comercial
5. Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA**

1. Operativa básica de cálculo aplicado a la venta
  1. - Sumas, restas, multiplicaciones y divisiones
  2. - Tasas, porcentajes
2. Cálculo de PVP (precio de venta al público)
  1. - Concepto
  2. - Precio mínimo de venta
  3. - Precio competitivo
3. Estimación de costes de la actividad comercial
  1. - Costes de fabricación y costes comerciales
  2. - Costes de visitas y contacto
  3. - Promociones comerciales y animación
4. Fiscalidad
  1. - IVA
  2. - Impuestos especiales
5. Cálculo de descuentos y recargos comerciales
6. Cálculo de rentabilidad y margen comercial

**Ver en la web**



7. Cálculo de comisiones comerciales
8. Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses
9. Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes
  1. - Control y seguimiento de costes márgenes y precios
10. Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta
  1. - Funciones de cálculo del TPV (Terminal Punto de venta)
  2. - Hojas de cálculo y aplicaciones informáticas de gestión de la información comercial
  3. - Utilización de otras aplicaciones para la venta

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1. El vendedor profesional
  1. - Tipos de vendedor
  2. - Tipos de vendedor en el plano jurídico
  3. - Habilidades, aptitudes y actitudes personales
  4. - Formación de base y perfeccionamiento del vendedor
  5. - Autoevaluación, control y personalidad
  6. - Carrera profesional e incentivos profesionales
2. Organización del trabajo del vendedor profesional
  1. - Planificación del trabajo
  2. - Gestión de tiempos y rutas
  3. - La visita comercial
  4. - Captación de clientes y tratamiento de la información comercial derivada
  5. - Gestión de la cartera de clientes
  6. - Las aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes (CRM Customer Relationship Management)
  7. - Planning de visitas
3. Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1. Presentación y demostración del producto/servicio
  1. - Concepto
  2. - Tipos de presentación de productos
  3. - Diferencias entre productos y servicios
2. Demostraciones ante un gran número de clientes
  1. - Diferencias entre presentaciones a un pequeño y gran número de interlocutores
  2. - Criterios a considerar en el diseño de las presentaciones
  3. - Aplicaciones de presentación
3. Argumentación comercial
  1. - Tipos y formas de argumentos
  2. - Tipos y forma de objeciones
4. Técnicas para la refutación de objeciones
5. Técnicas de persuasión a la compra
6. Ventas cruzadas
  1. - Ventas adicionales
  2. - Ventas sustitutivas
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
  1. - Aptitudes del comunicador efectivo
  2. - Barreras y dificultades de la comunicación comercial presencial

[Ver en la web](#)



3. - La comunicación no verbal
4. - Técnicas para la comunicación no verbal a través del cuerpo
8. Técnicas de comunicación no presenciales
  1. - Recursos y medios de comunicación no presencial
  2. - Barreras en la comunicación no presencial
  3. - La sonrisa telefónica
  4. - La comunicación comercial escrita

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. PROMOCIÓN EN EL PUNTO DE VENTA

1. Comunicación comercial
  1. - Publicidad y promoción
  2. - Políticas de Marketing directo
2. Planificación de actividades promocionales según el público objetivo
3. La promoción del fabricante y del establecimiento
  1. - Diferencias
  2. - Relaciones beneficiosas
4. Formas de promoción dirigidas al consumidor
  1. - Información
  2. - Venta
  3. - Lanzamiento
  4. - Notoriedad
5. Selección de acciones
  1. - Temporadas y ventas estacionales
  2. - Degustaciones y demostraciones en el punto de venta
6. Animación de puntos calientes y fríos en el establecimiento comercial
  1. - Tipos de animación y clientes del punto de venta
  2. - Áreas de bases: expositores, góndolas, vitrinas isletas
  3. - Indicadores visuales productos ganchos, decoración
  4. - Centros de atención e información en el punto de venta
7. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de proyectos/tareas

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. MERCHANDISING Y ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1. Definición y alcance del merchandising
2. Tipos de elementos de publicidad en el punto de venta
  1. - Stoppers
  2. - Pancartas
  3. - Adhesivos
  4. - Displays
  5. - Stands
  6. - Móviles
  7. - Banderola
  8. - Carteles, entre otros
3. Técnicas de rotulación y serigrafía
  1. - Tipos de letras
  2. - Forma y color para folletos
  3. - Cartelística en el punto de venta
4. Mensajes promocionales
  1. - Mensaje publicitario-producto

[Ver en la web](#)



2. - Mecanismos de influencia: reflexión y persuasión
3. - Reglamentación de la publicidad y promoción en el punto de venta
5. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. CONTROL DE LAS ACCIONES PROMOCIONALES

1. Criterios de control de las acciones promocionales
2. Cálculo de índices y ratios económico-financieros
  1. - Rotación en el lineal
  2. - Margen bruto
  3. - Tasa de marca
  4. - Ratios de rotación
  5. - Rentabilidad bruta
3. Análisis de resultados
  1. - Ratios de control de eficacia de las acciones promocionales
4. Aplicación de medidas correctoras en el punto de venta
5. Utilización de hojas de cálculo informático para la organización y control del trabajo

## UNIDAD DIDÁCTICA 10. ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE

1. Internet como canal de información y comunicación de la empresa/establecimiento
2. Herramientas de promoción online, sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales
3. Páginas web comerciales e informativas
4. Elementos de la tienda y/o espacio virtual
5. Elementos de la promoción online

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La confianza y las relaciones comerciales
  1. - Fidelización de clientes
  2. - Relaciones con el cliente y calidad del servicio: clientes prescriptores
  3. - Servicios post-venta
2. Estrategias de fidelización
  1. - Marketing relacional
  2. - Tarjetas de puntos
  3. - Promociones
3. Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing
4. Establecimiento de las características de cada módulo de la gestión de relaciones con el cliente (CRM)

## UNIDAD DIDÁCTICA 12. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE VENTA

1. Conflictos y reclamaciones en la venta
  1. - Tipología: quejas y reclamaciones
  2. - Diferencias y consecuencias
2. Gestión de quejas y reclamaciones
  1. - Normativa de protección al consumidor
  2. - Derechos de los consumidores
  3. - Documentación y pruebas
  4. - Las hojas de reclamaciones

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

5. - Tramitación: procedimiento y consecuencias de las reclamaciones
6. - OMIC: Oficinas municipales de información al consumidor
3. Resolución de reclamaciones
  1. - Respuestas y usos habituales en el sector comercial
  2. - Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento
  3. - Juntas arbitrales de consumo

## **PARTE 2. DISEÑO DEL ESPACIO COMERCIAL: RETAIL DESIGN**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS**

1. Concepto de mercado
2. Cliente/Consumidor
3. Marketing
4. La marca
5. Concepto de calidad
6. Concepto de excelencia
7. Merchandising

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ASPECTOS GENERALES SOBRE MERCHANDISING**

1. Concepto de Merchandising
2. Tipos de Merchandising
3. Análisis de la promoción en el punto de venta
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

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTRODUCCIÓN: PLANIFICACIÓN, DISEÑO Y DECORACIÓN**

1. Breve historia del diseño
2. ¿Qué es el diseño y la decoración?
3. Planificación de la idea decorativa
4. Diseño del proyecto de interiores
5. Ejecución del proyecto decorativo

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. FUNDAMENTOS DE DISEÑO Y DECORACIÓN**

1. INTRODUCCIÓN
2. Nociones sobre el diseño y decoración
3. El color
4. La iluminación
5. El espacio

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. MOBILIARIO Y ELEMENTOS**

1. Introducción

**Ver en la web**



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. Tipos de mobiliario
3. Utilería. Rotación de la mercadería

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATMÓSFERA EN LOS ESPACIOS DE VENTA**

1. Introducción
2. Efectos visuales
3. Marketing sensorial
4. Estilos decorativos
5. Clasificación del espacio

## **UNIDAD DIDÁCTICA 7. MONTAJE DE UNA PRESENTACIÓN VISUAL**

1. Introducción
2. La composición
3. Peso visual
4. Formas de iluminación
5. Sombras y colores
6. Decoración
7. Presentación en escaparates
8. Organización de los elementos en el escaparate

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. MONTAJE DE STAND**

1. Montaje de stand
2. Diseño y distribución del espacio
3. Presentación del producto
4. Publicidad, soportes publicitarios
5. Clasificación del stand
6. Factores para planificar la asistencia en la feria

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL ESCAPARATE**

1. Introducción
2. Introducción histórica del escaparate
3. Tipos de escaparates
4. El escaparate como elemento comunicador
5. Requisitos de un buen escaparate
6. ¿Qué es un escaparatista?

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. 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. Circulación de clientes
9. Distribución de secciones

**Ver en la web**



10. La cartelería y la señalización

**UNIDAD DIDÁCTICA 11.COMPOSICIÓN DEL PROYECTO TÉCNICO**

1. Planteamiento del proyecto
2. Fases de planificación
3. Esquema de la planificación del proyecto
4. Realización del proyecto
5. Datos técnicos para locales comerciales
6. Datos técnicos: paredes y techos
7. Prestaciones técnicas: mobiliario e iluminación
8. Datos técnicos: aire acondicionado

**UNIDAD DIDÁCTICA 12. ÚLTIMAS TENDENCIAS EN EL DISEÑO DE TIENDAS**

1. Introducción
2. Los nuevos comercios
3. Tipos de negocios
4. Diferencia entre negocios y mercados especializados
5. Los nuevos conceptos por sectores
6. Tiendas con estilo

## **PARTE 3. COMERCIO ELECTRÓNICO**

**UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Introducción
2. Concepto de comercio electrónico
3. Categorías del comercio electrónico
4. ¿Qué aporta el comercio electrónico a la empresa?
5. Aplicaciones de comercio electrónico en la empresa

**UNIDAD DIDÁCTICA 2. DESARROLLO APLICADO B2C**

1. Introducción
2. Cifra de comercio electrónico B2C en España
3. Internautas y conexión a Internet
4. Compras a través del móvil

**UNIDAD DIDÁCTICA 3. INTERNAUTAS COMPRADORES Y NO COMPRADORES**

1. Perfil de internauta comprador
2. Lugar de compra en Internet
3. Compras en Internet por tipo de producto/servicio
4. Gastos en las compras por Internet
5. Forma de pago utilizada
6. Satisfacción de las compras por Internet
7. Internautas no compradores
8. Razones para no comprar en Internet

**Ver en la web**



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

9. Sellos de calidad

**UNIDAD DIDÁCTICA 4. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN INTERNET**

1. Introducción
2. Ventajas para los clientes
3. Ventajas para las empresas
4. Inconvenientes de comercio electrónico en Internet

**UNIDAD DIDÁCTICA 5. ¿CÓMO ESTAR PRESENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO?**

1. Introducción
2. Elementos de una tienda on-line
3. Medios de pago
4. Ventajas e inconvenientes de las formas de pago
5. Mecanismos de seguridad en los medios de pago electrónicos
6. Costes en instalación de las formas de pago

**UNIDAD DIDÁCTICA 6. FISCALIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Introducción
2. Incidencia en el comercio electrónico
3. Imposición directa.
4. Imposición indirecta.
5. Perspectiva Española.

**UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEGURIDAD EN LA RED**

1. Introducción
2. Amenazas en la Web
3. Firma electrónica
4. Protocolos de Seguridad

**UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS LEGALES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Propiedad intelectual
2. Protección de datos de carácter personal
3. Derechos sobre marcas y derechos sobre dominios en Internet
4. Los llamados "Delitos informáticos"

**UNIDAD DIDÁCTICA 9. PLAN ESTRATÉGICO. ESTRUCTURA**

1. Objetivos
2. Realidad de la empresa frente a la red
3. Marketing electrónico
4. Estudio de los errores más frecuentes
5. Control, evaluación y presupuesto de inversión

**UNIDAD DIDÁCTICA 10. CÓMO FIDELIZAR AL CLIENTE**

1. Introducción

**Ver en la web**



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. ¿Están satisfechos los compradores?
3. ¿Cómo creamos ese hábito de compra?
4. ¿En qué se diferencia un comercio virtual de un comercio “real” a la hora de fidelizar a los clientes?
5. ¿Qué hay que hacer para poder utilizar esta gran oportunidad?
6. ¿Saber lo que hay que hacer garantiza lograr el objetivo?
7. ¿Por qué es recomendable fidelizar a los clientes?

## **MÓDULO 2. PRESENTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN LA RED**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING ELECTRÓNICO**

1. Introducción
2. Marketing
3. El proceso de Marketing
4. El mercado y los consumidores

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN**

1. Herramientas de Marketing Mix
2. Herramientas de comunicación de Internet

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PÁGINA WEB**

1. Marketing en nuestra página web

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS**

1. Introducción: El comercio electrónico
2. Definición de comercio electrónico
3. Principales usos del comercio electrónico
4. Participantes en el comercio electrónico
5. Tipos de comercio electrónico
6. Grupos de compra

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Ventajas del comercio electrónico
2. Inconvenientes del comercio electrónico

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. IMPLANTACIÓN DE UNA ACTIVIDAD DE COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Actividades comerciales en Internet

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. DISTRIBUCIÓN LOGÍSTICA EN INTERNET**

1. La distribución logística

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. LEGISLACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Ley orgánica de protección de datos
2. Diversidad normativa

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Seguridad en Internet
2. Antivirus
3. Firmas digitales
4. Certificado digital
5. Protocolos de seguridad

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. PAGO SEGURO EN INTERNET**

1. Modalidades de Pago en Internet

## **UNIDAD DIDÁCTICA 11. ANEXO 1. LEY 34/2002, DE 11 DE JULIO, DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DE COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Exposición de motivos.
2. Título I. Disposiciones generales
3. Título II. Presentación de servicios de la sociedad de la información
4. Título III. Comunicaciones comerciales por vía electrónica
5. Título IV. Contratación por vía electrónica
6. Título V. Solución judicial y extrajudicial de conflictos
7. Título VI. Información y control
8. Título VII. Infracciones y sanciones
9. Anexo. Definiciones.

## **UNIDAD DIDÁCTICA 12. ANEXO 2. EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA**

1. Introducción
2. Evolución general
3. El comercio electrónico en España segmentado geográficamente según el origen y el destino de las transacciones

## **UNIDAD DIDÁCTICA 13. ANEXO 3. MODELOS DE NEGOCIO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Introducción
2. Clasificación de los modelos de negocio en el comercio electrónico
3. Conclusión

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## ¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

### Solicita información sin compromiso

Llamadme gratis

¡Matricularme ya!

### !Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,  
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 +34 958 050 200

 [formacion@euroinnova.com](mailto:formacion@euroinnova.com)

 [www.euroinnova.edu.es](http://www.euroinnova.edu.es)

### Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By  
**EDUCA EDTECH**  
Group