

PSICOLOGÍA DE VENTAS EN PEQUEÑOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

SKU: EVOL-3487-INO-B | **Categorías:** [COMERCIO Y MARKETING](#), [Comercio y Marketing](#)

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas [180](#)

Más información

[CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD](#)

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

PSICOLOGÍA DE VENTAS EN PEQUEÑOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

Objetivos

Este Curso COMT075PO PSICOLOGÍA DE VENTAS EN PEQUEÑOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Artes gráficas. Con este CURSO COMT075PO PSICOLOGÍA DE VENTAS EN PEQUEÑOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y adquirir los conocimientos y habilidades para poder aplicar nociones de psicología durante el proceso de venta, abarcando y analizando aspectos como el comportamiento del vendedor y del comprador, técnicas de comunicación a emplear, métodos de venta, etc.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. COMPORTAMIENTOS DE COMPRA Y VENTA.

1. El papel del vendedor.
2. La figura del comprador.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NOCIONES DE PSICOLOGÍA APLICADA A LA VENTA.

1. Teoría del análisis transaccional.
2. La acción sobre el otro.
3. Estudio de la motivación.
4. La relación comprador - vendedor: relación interpersonal.



UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN.

1. Nociones básicas.
2. Elementos de la comunicación.
3. El proceso de la comunicación.
4. Dificultades en la comunicación.
5. Funciones del mensaje.
6. Niveles de la comunicación.
7. Actitudes y técnicas que favorecen la comunicación.
8. Tipos de comunicación.
9. Tipos de entrevistas y reuniones.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN APLICABLES A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y COMERCIAL.

1. Las comunicaciones y la empresa.
2. El lenguaje escrito.
3. La comunicación oral.
4. Normas de comunicación telefónica.
5. La comunicación escrita.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. METODOLOGÍA DE CONOCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS.

1. La situación del producto en el mercado.
2. La fabricación del producto.
3. La imagen del producto.
4. La vida del producto.
5. Argumentos de venta: selección y adaptación a las diferentes categorías de clientes.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. METODOLOGÍA DE CONOCIMIENTO DE LOS CLIENTES.

1. Clientela actual.
2. Estudios cuantitativos: análisis de ventas por zonas geográficas.
3. Estudios cualitativos: motivaciones de compra.
4. Clientela potencial.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MÉTODOS DE VENTA.

1. Introducción.
2. Ventas en punto de venta: tienda, almacén y merchandising.
3. Ventas en ferias, exposiciones y salones.
4. Ventas de productos de consumo inmediato y de consumo duradero.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LA VENTA Y LA NEGOCIACIÓN.

1. Preparación de la visita.
2. Etapas de la venta y de la negociación comercial.



3. Seguimiento de la venta.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. MARCO JURÍDICO DE LA VENTA Y NORMATIVA COMUNITARIA.

1. El contrato de compraventa. Responsabilidad contractual en materia de distribución.
2. Disposiciones de protección del comprador.
3. Disposiciones relativas a la competencia: reglamentación en materia de precios, acuerdos y prácticas discriminatorias.

Tal vez te interese este curso: [Dinamización del punto de venta en el pequeño comercio](#)

O quizá este otro: [Técnico Profesional en Psicología Social](#)

Síguenos en: [Instagram](#)

