

Curso de Visitador médico



Información sobre el programa formativo

- ✓ **Horas de formación:** 450
- ✓ **Duración:** El alumno dispondrá de un tiempo mínimo de 6 meses para realizar el programa formativo y un máximo de 12 meses.

La industria farmacéutica se ha convertido, en las últimas décadas, en **una de las industrias con mayor crecimiento y con mayor inversión en I+D+I** (Investigación, Desarrollo e Innovación). Por lo tanto, se trata de un sector económico que demanda de **profesionales cualificados**, ya que las empresas farmacéuticas no solo se dedican a investigar, sino que también se dedican a la actividad comercial.

En este sentido, son los **Visitadores Médicos** los profesionales dedicados a realizar **la parte comercial** que las empresas y distribuidoras farmacéuticas necesitan para poder comercializar sus productos. De esta forma, el visitador médico desempeña la labor de un **técnico comercial que establece los canales de venta y distribución** entre la industria farmacéutica y el médico.

Así, son **eslabones fundamentales e imprescindibles** en la difusión de nuevos medicamentos, en la realización de labores de campo y en la prospección del mercado farmacéutico. Además de que su labor está muy reconocida actualmente, siendo trabajadores que están **bien remunerados y muy valorados** por la industria farmacéutica.

Este programa formativo contiene material teórico y práctico con el que el alumno se capacitará en la utilización de las **habilidades sociales y técnicas de ventas**, de modo que aumentan sus posibilidades de conseguir los objetivos establecidos, y conocerá las habilidades que necesita el visitador médico para **conseguir un trato humano adecuado** a las necesidades de sus pacientes.

Inscribirme



Certificación: Sociedad Científica Europea para la Formación Continua y Capacitación de Profesionales Sanitarios



Estas Maestrías, Diplomados y Cursos de capacitación en línea corresponden a formación acreditada directamente por " *Sociedad Científica Europea para la Formación Continua y Capacitación de Profesionales Sanitarios*" además de ir respaldado por el sello de esta prestigiosa Sociedad, inscrita en el **Ministerio del Interior**, con el objetivo de que, como alumno, pueda utilizarlo para actualizar y mejorar sus competencias profesionales y completar su curriculum, además de utilizar esta formación para ampliar sus "*Salidas laborales*" en los distintos puestos de trabajo públicos y privados.

Este sería un ejemplo del diploma emitido únicamente por la **Sociedad Científica Europea para la Formación Continua y Capacitación de Profesionales Sanitarios** de las capacitaciones formativas:

Parte delantera del diploma de la Sociedad Científica

Parte delantera del diploma

Parte trasera del diploma de la Sociedad Científica

Parte trasera del diploma

¿A quién va dirigido?

Acceso **directo**:

- Tener realizada la **Educación Básica**.
- Estar en posesión del **título de Educación Secundaria** o de un nivel académico superior.
- Estar en posesión de un Título Profesional Básico (Formación Profesional Básica).
- Haber superado el segundo curso del Bachillerato.
- Estar en posesión de un título de Técnico o de Técnico Auxiliar o equivalente a efectos académicos.
- Haber superado la prueba de acceso.

Acceso mediante **prueba** (para quienes no tengan alguno de los requisitos anteriores):

- Haber superado la prueba de acceso a ciclos formativos de grado medio (se requerirá tener, al menos, diecisiete años, cumplidos en el año de realización de la prueba).

Objetivos

Generales

- Capacitar al alumno en la utilización de las habilidades sociales y técnicas de ventas de modo que aumenten las posibilidades de conseguir los objetivos marcados.
- Conocer las habilidades que necesita el visitador médico para conseguir un trato humano adecuado a las necesidades de sus pacientes.

Inscribirme



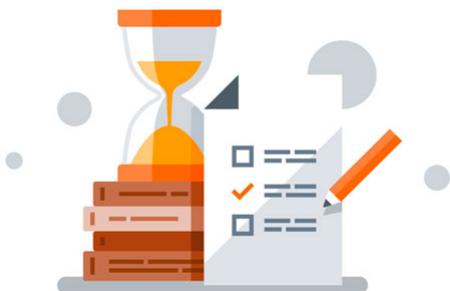
Salidas profesionales

- Empresas y compañías farmacéuticas.
- Empresas y compañías parafarmacéuticas.
- Comercializadoras de productos de farmacia.
- Negocios relacionados con la farmacología.
- Empresas de artículos de ortopedia.

Requisitos para la inscripción

- Solicitud de inscripción.
- Documento de identidad. (Pasaporte, visa y cédula de extranjería en caso de ser extranjero).

Evaluación



La evaluación estará compuesta de **350 test** de opción alternativa (A/B/C).

El alumno debe finalizar esta formación online y hacerlo con aprovechamiento y superando al menos un 50% de los tests planteados en el mismo, que se realizarán a través de la plataforma virtual online.

Contenidos

Unidad I: Práctica del visitador médico

Capítulo I. El visitador médico:

- La profesión de visitador médico.
 - ¿Qué hacen los visitadores médicos?
 - ¿Qué es lo mejor de la visita médica?
 - Antiguamente.
- La situación actual de la visita médica.
 - El beneficio del visitador médico es múltiple.
 - Dificultades de la visita médica en el contexto sanitario actual.
- El futuro de la profesión de visitador.
 - ¿Cómo ven algunos profesionales de salud la profesión del visitador médico?
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo II. Nuevo perfil del visitador médico:

- Nuevo perfil del visitador médico.
 - Funciones del visitador médico.
 - Competencias actuales del visitador médico.
- Características básicas del visitador médico en mercados altamente competitivos.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo III. La selección de visitadores médicos:

- Selección de visitadores médicos.
 - Competencias de los visitadores médicos.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo IV. La formación del visitador médico:

- Formación del visitador médico.
 - ¿En qué tienen que estar al día los visitadores médicos?
 - ¿Qué ventajas y beneficios se derivan de que el visitador médico esté bien formado?
 - La formación que se imparte y se precisa para el visitador médico.
 - Iniciativas pioneras de formación para los visitadores médicos.
- Opinión general de algunos médicos de la formación del visitador.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo V. Identificar a los profesionales de la salud:

- Identificar y acercarse al profesional de salud idóneo.
- Conocer e identificar a los médicos y profesionales del área sanitaria.
 - Entender el esquema mental del profesional de la salud.
 - Segmentar a nuestro posible cliente: variables más comunes.
- Marketing de relaciones de la visita médica.
 - Potencial de crecimiento en clientes.
 - Marketing de relaciones o marketing relacional.
 - La eficacia comercial la podemos evaluar.
 - Asignar objetivos comerciales a cada cliente.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo VI. La entrevista de ventas con el médico:

- ¿Qué es lo que valoran algunos médicos en las entrevistas?
 - ¿Qué errores pueden cometer los visitantes médicos en las entrevistas?
- Preparando la entrevista en ventas.
 - Fases de la entrevista de ventas.
 - Otros consejos y complicaciones.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo VII. Técnicas de venta del visitador médico:

- Técnicas de venta del visitador médico.
 - Características de los argumentos.
 - La negociación de la visita médica.
 - Proceso de la negociación.
 - Negociación ganar-ganar y ganar-perder.
 - Técnicas adicionales de cierre en la venta y de apoyo a la venta médica.
 - Servicios de posventa: gestión de quejas y reclamaciones.
 - Gestión de clientes especialmente difíciles.
 - Clientes insatisfechos, cambio de proveedor e indicadores importantes.
- Conocimiento del sector y del cliente final.
 - ¿Qué necesito saber para tener la máxima información posible?
 - Conocimiento en profundidad del tipo de cliente.
- Rutas comerciales: ¿Qué rutas son las mejores?
- Empleo de la documentación comercial.
- ¿Qué opinan algunos médicos sobre la técnica comercial que emplean los visitantes?
 - Cómo no provocar el rechazo de los médicos.
 - Errores de la visita médica.
 - Ejercicios sobre técnica de ventas.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo VIII. La ética profesional del visitador médico:

- Introducción.

- La ética según la farmaindustria.
- La visita médica no profesional.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo IX. La aportación de la industria farmacéutica a la salud y el uso racional de los medicamentos y productos sanitarios:

- La aportación de la industria farmacéutica a la salud.
 - Los laboratorios y el visitador médico.
 - ¿Cómo ven algunos médicos y farmacéuticos a los visitadores médicos de los laboratorios?
 - Uso racional de los medicamentos y productos sanitarios.
 - Los genéricos y la oficina de farmacia.
 - Resumen.
 - Autoevaluación.
-

Unidad II: Habilidades sociales

Capítulo I. Concepto y perspectiva general de las habilidades sociales:

- Introducción.
- Seres humanos y seres sociales. Algunas implicaciones básicas.
 - Algunas notas de neurología para justificar nuestra esencia relacional y social: La existencia de un cerebro social.
- Marco general de la psicología social y sus constructos de estudio.
- Una radiografía de la inteligencia personal y las habilidades sociales. ¿Cómo podemos acotar términos como la inteligencia personal y las habilidades sociales?
- La manifestación directa de la inteligencia interpersonal. Competencias y habilidades sociales.
 - Conceptualización y elementos definitorios.
 - Habilidades sociales y competencias sociales, ¿sinónimos o constructos independientes?
 - ¿Con qué definición de habilidades sociales nos quedamos?
- ¿Para qué sirven las habilidades sociales? Sentido, funciones e importancia.
- ¿Qué tipos de habilidades sociales entran en juego en nuestras interacciones? ¿Cómo se pueden clasificar?
- ¿Qué componentes o dimensiones integran todas las habilidades sociales señaladas?
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo II. Componentes y términos afines a las habilidades sociales:

- Introducción.
- Asertividad. Una parte esencial de las habilidades sociales.
 - Concepto de asertividad.
 - Importancia y usos de la asertividad.
- Habilidades sociales, asertividad y situación interpersonal.
 - Objetivos y propósitos personales.
 - Reglas y roles sociales.
- Asertividad y adecuación social.
- La autoestima: Ingrediente y constructo vinculado a las habilidades sociales.

- ¿Qué entendemos por autoestima?
- La importancia de la autoestima ¿Por qué es importante la autoestima?
- Actitudes contrarias a la autoestima.
- ¿Cómo podríamos mejorar la autoestima?
- Habilidades sociales, asertividad y autoestima incondicional: El peligro de necesitar la aprobación de los demás.
- Inteligencia emocional. Ingrediente y constructo vinculado a las habilidades sociales.
 - Concepto de inteligencia emocional.
 - Inteligencia emocional intrapersonal.
 - Inteligencia emocional interpersonal.
- Empatía. Ingrediente y constructo vinculado a las habilidades sociales.
 - ¿Qué entendemos por empatía?
 - Implicaciones y derivaciones de la empatía.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo III. Pilares cognitivos de nuestro comportamiento social (I):

- Introducción.
- Aclarando algunos conceptos previos.
 - Pensamiento, cognición y proceso mental.
 - ¿Qué es una creencia?
 - ¿Qué son los paradigmas o los mapas mentales?
 - ¿Qué son las actitudes?
- El importante papel de nuestros pensamientos.
 - Nuestro cerebro como procesador de la información... Un desafío a la racionalidad humana.
 - Más ejemplos y derivaciones aplicadas del importante papel de nuestros pensamientos.
- Creencias y pensamientos que dificultan la asertividad y las habilidades sociales.
 - Las creencias irracionales básicas.
 - Las exigencias... “Deberías”.
 - El catastrofismo... “Es terrible”.
 - La racionalización....
 - Las distorsiones cognitivas.
 - Errores de atribución.
 - Otras creencias problemáticas.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo IV. Pilares cognitivos de nuestro comportamiento social (II):

- Introducción.
- Creencias que facilitan las habilidades sociales.
 - Preferencias: aceptar lo irremediable y luchar por lo posible.
 - El principio de elección.
 - Nuestros deseos, posibilidades y limitaciones. El modelo zona de preocupación vs. zona de influencia.
 - Preferencias con respecto a uno mismo, los demás y la vida.
 - Valores y metas sanos.
 - Los derechos asertivos.
 - A modo de síntesis.

- Detectar y cambiar pensamientos.
 - Detectar y cambiar creencias irracionales.
 - La técnica ABC de Ellis – Reestructuración cognitiva.
 - Hacer autorregistros de pensamientos ABCDE.
 - Las autoinstrucciones.
 - El reencuadre.
 - Poner a prueba la validez de tus creencias y actuar en contra de tus ideas irracionales.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo V. Pilares fisiológicos, emocionales y motivacionales de nuestro comportamiento social:

- Introducción.
- Pilares y correlatos fisiológicos de las habilidades sociales.
 - Habilidades sociales y funcionamiento cerebral.
 - Las neuronas espejo en la base de la empatía primordial y las habilidades sociales.
 - Cambios físico–químicos corporales implicados en las relaciones interpersonales.
- Introducción.
 - ¿Qué son las emociones?
 - ¿Cómo se relacionan, entonces, cogniciones, emociones y conductas? Emociones apropiadas vs. emociones inapropiadas.
 - El papel de la ansiedad y la ira.
 - Formas concretas de manejar las emociones de ansiedad e ira.
 - Modelo de inteligencia emocional de Goleman.
 - La importancia de la inteligencia emocional. Orígenes y evolución del constructo.
 - Componentes de la inteligencia emocional.
- Pilares y correlatos motivacionales de las habilidades sociales.
 - El elemento de motivación en la competencia social.
 - Las competencias de motivación.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo VI. Comunicación y comportamiento social:

- Introducción.
- ¿Qué es la comunicación interpersonal?
 - El estudio de la comunicación. Algunas claves previas.
 - Nuestro concepto de comunicación interpersonal.
 - Etapas y elementos de la comunicación interpersonal.
- Componentes de la comunicación.
 - Características de la comunicación no verbal.
 - Importancia de la comunicación no verbal.
 - Componentes del lenguaje no verbal.
 - La mirada.
 - Dilatación y contracción de las pupilas.
 - Expresión faciales.
 - La sonrisa.
 - Movimientos de cabeza.
 - Posición y orientación corporal.

- Gestos con las manos.
 - Movimientos de piernas y pies.
 - Proximidad o distancia interpersonal.
 - El contacto físico.
 - Apariencia personal y atractivo físico.
 - Componentes paralingüísticos del habla.
 - La sintonización gestual.
- Dificultades de la comunicación interpersonal.
- ¿Es posible la comunicación eficaz?
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo VII. Manifestaciones y estilos de comunicación y comportamiento:

- Introducción.
- El estilo asertivo de comportamiento y comunicación.
 - Características de las personas asertivas.
 - Consecuencias positivas de la asertividad e importancia de la misma.
- Conductas o estilos no–asertivos: Inhibición y agresividad.
 - La inhibición: Un estilo de huida propio de los ratones.
 - Las consecuencias negativas de la inhibición.
 - La inhibición interna y externa.
 - La agresividad: Un estilo de lucha propio de los monstruos.
 - Problemas derivados de la agresividad.
 - Inhibición y agresividad al afrontar conflictos.
 - Una radiografía genérica de los tres estilos de comportamiento y comunicación.
- Cómo aprendemos las conductas no asertivas.
 - La adaptación excesiva a lo que los demás esperan de nosotros.
 - Los premios y los castigos.
 - La observación del comportamiento de otras personas.
 - Las normas culturales y las creencias irracionales.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo VIII. Enseñanza–aprendizaje de las habilidades sociales:

- Introducción.
- ¿Qué ocurre cuando tenemos un problema o un déficit de habilidades sociales?
- Asentando las bases para la enseñanza y el aprendizaje de las habilidades sociales.
 - Premisas que subyacen al entrenamiento en habilidades sociales.
 - Claves, objetivos y líneas de intervención de los programas de entrenamiento en habilidades sociales.
 - Estructuración del programa de entrenamiento en habilidades sociales.
- Evaluación diagnóstica y funcional de la situación de la competencia del sujeto y las habilidades correspondientes.
 - ¿Qué y para qué evaluar la importancia de la evaluación?
 - ¿Qué debemos evaluar?
 - ¿Para qué evaluar?
 - Métodos, técnicas e instrumentos para la evaluación de las habilidades sociales.
 - Características de los métodos de evaluación de las habilidades sociales.
 - Cuestionarios, escalas e intervalos.

- La entrevista.
 - La observación conductual.
 - Autoinformes.
 - Informes de personas significativas.
 - Algunas claves para la selección de la herramienta de diagnóstico y evaluación.
- Diseñando un programa de entrenamiento en habilidades sociales.
 - Determinación de los objetivos capacitadores y compromiso.
 - Diseño del plan de pre-entrenamiento y entrenamiento.
 - Desarrollo del plan de pre-entrenamiento y evaluación de los resultados de esta fase.
 - Desarrollo o ejecución del programa de entrenamiento.
 - Evaluación y seguimiento de los resultados del programa de entrenamiento.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo IX. Los pilares metodológicos de un programa de entrenamiento en habilidades sociales:

- Introducción.
- Elementos clave del proceso de enseñanza-aprendizaje de las habilidades sociales.
 - Las fases del proceso de aprendizaje: De la incompetencia inconsciente a la competencia inconsciente.
- Etapas para lograr el cambio en nuestra competencia social.
- El modelo de enseñanza-aprendizaje que cimienta nuestro programa de entrenamiento en habilidades sociales.
 - El modelo de zona de comodidad, zona de aprendizaje.
 - ¿Cómo ampliar nuestra zona de comodidad? ¿Cómo podemos crecer o aprender?
- Componentes y procesos que soportarán el desarrollo de un programa de entrenamiento en habilidades sociales.
 - Modelado o modelamiento.
 - Ensayo de conducta o representación de papeles (role playing).
 - Instrucciones o coaching.
 - Tareas para casa.
 - Técnicas cognitivas.
 - Generalización y transferencia.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo X. Poniendo en práctica nuestras habilidades sociales (I):

- Introducción.
- Conversaciones y comunicación.
 - Actitudes no asertivas al iniciar, mantener o cerrar conversaciones.
- Iniciar conversaciones con naturalidad, interés y empatía.
 - Cómo introducirse en una conversación ya iniciada.
- Mantener conversaciones.
- Finalizar conversaciones. Directos al grano.
 - Problemas para cerrar conversaciones.
 - Formas asertivas de finalizar conversaciones.
 - ¿Qué podemos hacer si nuestro interlocutor se resiste a finalizar la conversación?
- Conversaciones y comunicación eficaz.
 - Hacer preguntas adecuadas.
 - Utilizar la información que nos brindan los demás.
 - Darnos a conocer (autorrevelaciones).

- Manejo adecuado de los diferentes niveles de comunicación.
- Escuchar atentamente (escucha activa y reformulación).
 - Escucha activa: Pilar de la comunicación y las relaciones.
 - Parafrasear.
 - Resumir y reformular.
- Hacer y recibir elogios - El elogio como premio.
 - Hacer elogios sinceros. La importancia del refuerzo positivo.
 - Aceptar elogios en forma asertiva.
 - Pensamientos acerca de hacer o recibir elogios.
- Mostrarse de acuerdo en lo posible (no discutir ni llevar la contraria).
- Utilizar mensajes que faciliten la comunicación.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo XI. Poniendo en práctica nuestras habilidades sociales (II):

- Introducción.
- Hacer peticiones.
 - Formas no asertivas de hacer peticiones: inhibición y agresividad.
 - Cómo hacer peticiones de forma asertiva.
 - Qué hacer cuando los demás no acceden a nuestras peticiones.
 - Cómo ser persuasivos.
 - Ser persistentes.
 - Ser flexibles.
 - Predisponer a los demás a nuestro favor.
- Rechazar peticiones: Aprender a decir “no” de forma asertiva.
 - Inhibición, agresividad y asertividad al rechazar peticiones.
 - Pensamientos que dificultan la asertividad al rechazar peticiones.
 - Cómo rechazar peticiones en forma asertiva.
 - Antes de responder, debemos analizar la situación.
 - Expresar la negativa de forma clara, breve y amable.
 - Usar la técnica del sándwich.
 - Qué hacer si, a pesar de expresar claramente tu negativa, el otro sigue insistiendo.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo XII. Poniendo en práctica nuestras habilidades sociales (III):

- Introducción.
- Los conflictos interpersonales en nuestra vida diaria.
 - Tipos de conflictos.
- Actitudes no asertivas ante los conflictos.
- Actitudes y comportamientos asertivos en la gestión de los conflictos interpersonales.
 - Evitar o reducir ciertos conflictos.
 - Dialogar.
 - Buscar soluciones gana–ganas.
 - Diferenciar entre posición e interés.
 - Negociar.
- Solución de problemas.

- Reconocer el problema lo antes posible y mantener una actitud adecuada ante él (Paso 1).
- Formular el problema en forma clara, teniendo en cuenta cómo lo ve el otro (Paso 2).
- Buscar alternativas para solucionar el conflicto (Paso 3).
- Evaluar las alternativas y elegir la mejor (Paso 4).
- Ejecución o puesta en práctica y evaluación de resultados (Paso 5).
- A modo de cierre, ¿cómo podemos concretar y operativizar este proceso de solución de problemas?
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo XIII. Poniendo en práctica nuestras habilidades sociales (IV):

- Introducción.
- Peticiones de cambio de conducta.
 - Pensamientos irracionales que nos impiden ser asertivos al pedir cambios de conducta.
 - Por qué conviene pedir cambios de conducta. Razones.
- Pedir cambios de conducta como alternativa a las críticas.
 - Funciones positivas de algunas críticas.
 - Inconvenientes de las críticas.
 - La alternativa asertiva a las críticas.
- Cómo pedir cambios de conducta.
 - Preparación: Detectar el problema, evaluar si pides el cambio y cuidar los pensamientos.
 - Exponerle que tienes un problema señalando cuál es el comportamiento suyo que lo causa (Paso 1).
 - Explicarle las consecuencias negativas de su comportamiento, si las hay (Paso 2).
 - Describir cómo te sientes, sin atacarle (Paso 3).
 - Haz una pausa para escuchar el punto de vista del otro (Paso 4).
 - Pedir la conducta alternativa deseada (Paso 5).
 - Resolución.
- Cómo facilitar que el otro acceda al cambio.
 - Cuidar la forma en que se lleva a cabo la petición.
 - Utilizar técnicas operantes de modificación de conducta.
 - Rescatando el valor de lo positivo....
 - Usar la técnica del sándwich para facilitar que el otro acceda al cambio.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo XIV. Poniendo en práctica nuestras habilidades sociales (V):

- Introducción.
- Las críticas.
 - Las críticas son inevitables y forman parte de nuestra vida.
 - Tendemos a reaccionar negativamente a las críticas.
- Agresividad, inhibición y asertividad ante las críticas.
 - Pensamientos, emociones y conductas implicadas en nuestra respuesta a las críticas.
 - Distinguiendo los tres estilos de respuesta a una crítica.
 - ¿Con qué estilo de respuesta a las críticas nos quedamos?
- Cómo responder asertivamente a las críticas.
 - Pensar de forma asertiva para afrontar la crítica.
 - Escuchar activamente y pedir detalles para comprender el punto de vista del otro.
 - Facilita una respuesta pertinente a la crítica que has recibido.

- En caso de estar totalmente de acuerdo con el contenido de la crítica... Reconócelo.
 - En caso de no estar totalmente de acuerdo con el contenido de la crítica recibida....
 - En caso de no estar de acuerdo en nada de lo que te han dicho....
- Valoración posterior a nuestra respuesta.
- Técnicas complementarias para responder asertivamente a las críticas.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo XV. Poniendo en práctica nuestras habilidades sociales (VI):

- Introducción.
- Las personas difíciles.
 - Algunos tipos de personas difíciles.
- Respuestas posibles al comportamiento irracional de otras personas.
 - Respuesta agresiva.
 - Respuesta inhibida.
 - Respuesta asertiva.
- El papel de los pensamientos.
 - Creencias que favorecen la asertividad al afrontar comportamientos irracionales.
- Revisando nuestro mapa del mundo y nuestro modelo de interacción con las personas difíciles.
- Técnicas cognitivas para afrontar comportamientos irracionales.
- Técnicas conductuales para manejar comportamientos irracionales.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo XVI. Poniendo en práctica nuestras habilidades sociales (VII):

- Introducción.
- La ira.
 - ¿Por qué algunas personas se enfadan más que otras?
 - ¿Estás demasiado enfadado? La importancia de la toma de conciencia y la búsqueda de recursos de apoyo.
- Pensamientos y creencias que favorecen la ira.
 - Las exigencias y sus derivados.
 - Exigencias y condena.
 - Exigencias y autoestima.
 - Exigencias e injusticias.
 - Exigencias y tolerancia a la frustración.
 - Otras ideas irracionales que favorecen la ira.
- Procesos (conscientes e inconscientes) más habituales para gestionar las sensaciones de ira.
- Técnicas cognitivas para manejar la ira.
- Técnicas conductuales para manejar la ira.
- A modo de cierre.
- Resumen.
- Autoevaluación.
- Bibliografía.

Capítulo I. Habilidades directivas:

- Introducción.
- Organización departamental.
- Dirección de equipos de ventas.
 - Gestión del conocimiento.
 - Selección de personal comercial.
 - Profesiograma de un puesto comercial.
- Técnicas de negociación.
 - Estilos y estrategias.
 - El proceso de negociación.
 - Preparación.
 - Planteamiento.
 - Finalización.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo II. La comunicación efectiva:

- Introducción.
- El proceso de comunicación.
- Comunicación verbal, no verbal y paralenguaje.
- Barreras en la comunicación.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo III. La figura del cliente y del vendedor:

- Introducción.
- Tipos de clientes.
- Satisfacción y necesidades del cliente.
- El vendedor.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo IV. Iniciación a las ventas:

- Introducción.
- Las ventas y el marketing.
- Tipos de ventas.
- Proceso de venta.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo V. El proceso de venta:

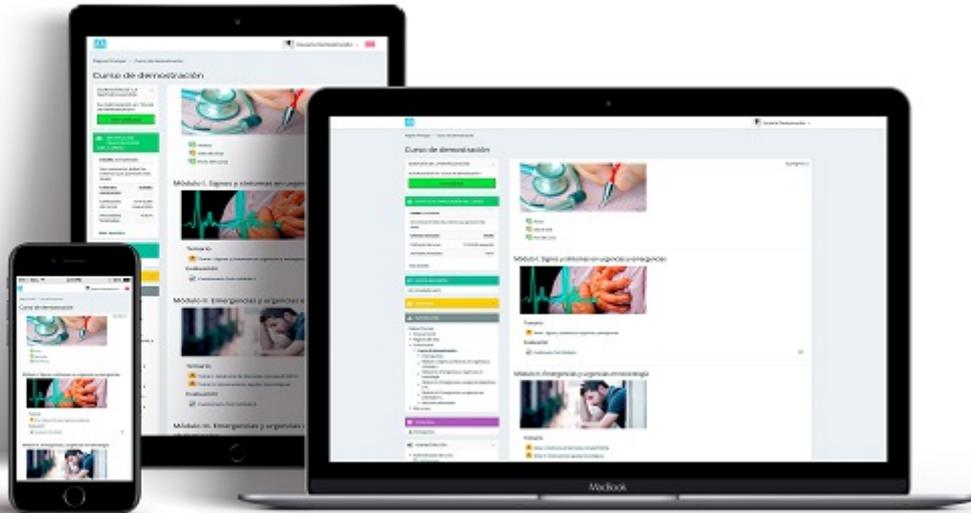
- Introducción.
- Fase de inicio.
 - Organización de la venta.
- Fase de contacto.
- El cierre de la venta.

- La posventa.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Capítulo VI. Comercialización como apoyo a las ventas:

- Introducción.
- El mercado.
 - La distribución.
- El consumidor.
- Herramientas de comercialización: El marketing.
- Resumen.
- Autoevaluación.

Metodología



El desarrollo del programa académico se realizará en línea mediante el Aula Virtual de nuestra Corporación, este aula cuenta con accesibilidad 24 x 7 los 365 días del año y además está adaptada a cualquier dispositivo móvil, tablet o computadora. El alumno en todo momento contará con el apoyo de nuestro departamento tutorial. Las tutorías se realizarán mediante email (tutoriasaula@esheformacion.com), Teléfono: +34 656 34 67 49, WhatsApp: +34 656 34 67 49 o a través del sistema de mensajería que incorpora nuestra aula virtual.

Dentro de la plataforma encontrarás:

- Guía de la plataforma.
- Foros y chats para contactar con los tutores.
- Temario.
- Resúmenes.
- Vídeos.
- Guías y protocolos adicionales.
- Evaluaciones.
- Seguimiento del proceso formativo.

Inscribirme

