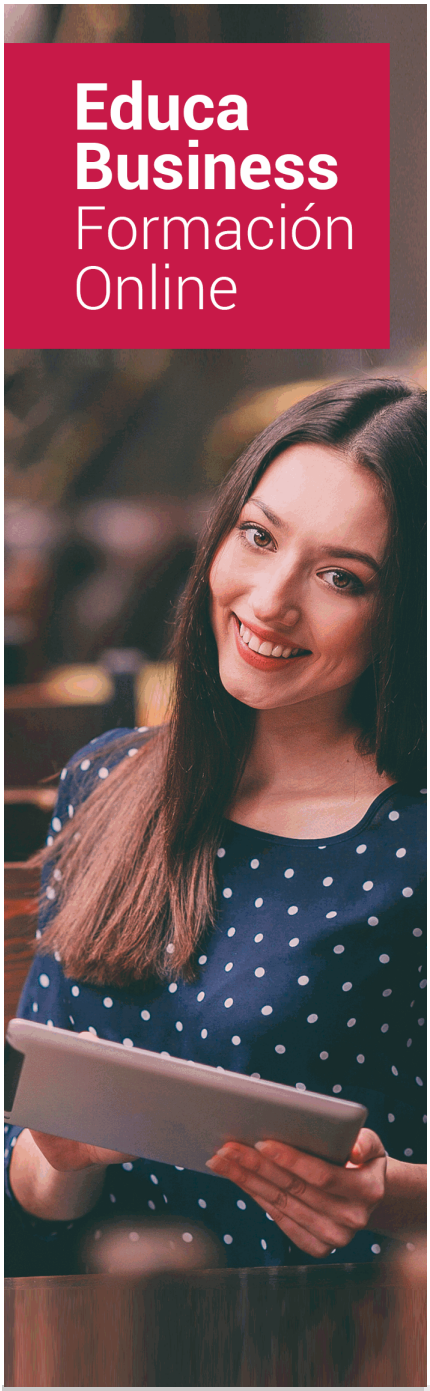


EDUCA BUSINESS SCHOOL

FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL

Master en Operaciones Comerciales Inmobiliarias + Titulación Universitaria



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, l**os 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).

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

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.

Master en Operaciones Comerciales Inmobiliarias + Titulación Universitaria



DURACIÓN:
750 horas

MODALIDAD:
Online

PRECIO:
1.200 €
Incluye materiales didácticos, titulación y gastos de envío.

CRÉDITOS:
6,00 ECTS

CENTRO DE FORMACIÓN:
Educa Business School

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Master en Operaciones Comerciales Inmobiliarias 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
- Titulación Universitaria en Psicología y Técnicas de Venta con 6 Créditos Universitarios ECTS. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

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



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como Escuela de Negocios de Formación Superior de Postgrado

EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO

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

Nombre de la Acción Formativa

de 600 horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2015
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente EURO/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 1 de Diciembre de 2015

La Dirección General

JESÚS MORENO HIDALGO

SELLO

El/La Interesado/a

NOMBRE DEL ALUMNO/A

Descripción

En el ámbito del mundo del comercio y marketing es necesario conocer los diferentes campos de la gestión comercial inmobiliaria, dentro del área profesional de compraventa. Así, con el presente Master en Operaciones Comerciales Inmobiliaria se pretende aportar los conocimientos necesarios para la financiación de las operaciones inmobiliarias.

Objetivos

- Estimar la viabilidad financiera de operaciones inmobiliarias, en función de la capacidad económica y de endeudamiento de los clientes
–demandantes, diferentes ofertas financieras y las fórmulas de financiación habituales en el sector inmobiliario.
- Discriminar la documentación
- Determinar las características de los inmuebles adecuados a las necesidades detectadas de distintos tipos de clientes.
- Aplicar técnicas de venta y refutación de objeciones en operaciones-tipo de comercialización de productos y/o servicios de intermediación inmobiliaria.
- Interpretar la información registral pública y/documental privada de diferentes inmuebles, determinando la titularidad de los mismos y la existencia de cargas, gravámenes y afecciones.
- Valorar la viabilidad jurídica de una operación inmobiliaria de acuerdo a la normativa vigente y usos del sector.
Organizar los recursos humanos y técnicos necesarios para favorecer el desarrollo óptimo del plan de ventas.
- Liderar el equipo de comerciales facilitando su implicación y motivación para favorecer el cumplimiento de los objetivos del plan de ventas, valores e identidad corporativa.
- Establecer sistemas de seguimiento y control de los objetivos marcados en el plan de actuación comercial para adoptar posibles medidas correctoras, aplicando criterios adecuados con la información que se quiere obtener.
-Aplicar técnicas de promoción de distintas carteras de inmuebles
-Elaborar documentos y/o elementos promocionales sencillos de inmuebles, en diferentes soportes/medios, adaptados a las principales acciones de promoción inmobiliaria
-Preparar el plan de promoción de un conjunto de inmuebles elaborando los documentos y/o elementos promocionales del mismo

A quién va dirigido

Este Master en Operaciones Comerciales Inmobiliaria está dirigido a los profesionales del mundo del comercio y marketing, concretamente en gestión comercial inmobiliaria, dentro del área profesional de la compraventa y a todas aquellas personas interesadas en adquirir conocimientos relacionados con las operaciones inmobiliarias.

Para qué te prepara

Este Master en Operaciones Comerciales Inmobiliaria le prepara para adquirir unos conocimientos específicos dentro del área desarrollando en el alumno unas capacidades para desenvolverse profesionalmente en el sector, y más concretamente en Operaciones Comerciales Inmobiliaria.

Salidas Laborales

Desarrolla su actividad profesional, por cuenta propia o ajena, en contacto directo con el cliente o a través de las tecnologías de la información y comunicación, en agencias inmobiliarias y empresas constructoras y promotoras inmobiliarias del ámbito público y privado.

Materiales Didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Agente Inmobiliario Vol. 1'
- Manual teórico 'Agente Inmobiliario Vol. 2'
- Manual teórico 'Financiación de Operaciones Inmobiliarias'
- Manual teórico 'Marketing y Promoción Inmobiliaria'
- Manual teórico 'Gestión Documental y Legal de la Intermediación Inmobiliaria'
- Manual teórico 'Venta Personal Inmobiliaria'
- Manual teórico 'Gestión de la Fuerza de Ventas y Equipos Comerciales'
- Manual teórico 'Aplicación del Coaching en el Ámbito Inmobiliario'

- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 1'
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 2'
- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Psicología y Técnicas de Venta - Vol 2'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno

Formas de Pago

- Contrareembolso
- 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.

30% Beca Desempleo: Para quienes atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

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



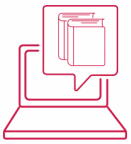
Más de 150 cursos Universitarios

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. OPERACIONES INMOBILIARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

1.Las entidades financieras y la actividad inmobiliaria
2.La financiación de la compra de vivienda
3.Las garantías financieras
4.El expediente de financiación de una operación bancaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FINANCIACIÓN MEDIANTE HIPOTECA

1.La hipoteca
2.Condiciones de la Hipoteca
3.El sistema de cálculo o amortización de una hipoteca
4.Costes y gastos de la hipoteca
5.Costes bancarios en la vida del préstamo
6.Subrogación de los préstamos hipotecarios
7.Modificaciones de las hipotecas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LEASING Y OTRAS MODALIDADES DE FINANCIACIÓN

1.Arrendamiento financiero inmobiliario o "Leasing"
2.Venta más arrendamiento propio o "sale and lease back"
3.La hipoteca promotor

PARTE 2. VENTA PERSONAL INMOBILIARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA VENTA DE BIENES INMOBILIARIOS

1.Definición de la venta personal inmobiliaria.
2.Características de la venta personal inmobiliaria.
3.La venta de bienes de consumo vs las ventas de alto precio y riesgo.

4.Las características del cliente y el proceso de decisión del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE VENTA PERSONAL EN LA VENTA INMOBILIARIA

1.El proceso de venta.
2.Detección de necesidades y capacidad del cliente de productos o servicios inmobiliarios.
3.Las técnicas de escucha activa.
4.Presentación del producto inmobiliario.
5.Argumentación comercial.
6.Técnicas de tratamiento de objeciones a la venta.
7.El cierre de la venta inmobiliaria.
8.Las técnicas del cierre.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN EN LA VENTA INMOBILIARIA

1.El control de recepción de los clientes potenciales.
2.Las visitas al inmueble.
3.Preparación de las condiciones básicas de la oferta de compra.
4.La asistencia a la firma del acuerdo.
5.El estudio del éxito y fracaso de las operaciones intentadas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN EL PROCESO DE VENTA

1.Conflictos y reclamaciones en la venta inmobiliaria.
2.Normativa de protección al consumidor en el caso a la comercialización inmobiliaria.
3.Gestión y resolución de reclamaciones.
4.Código deontológico y autorregulación de la comercialización inmobiliaria.

PARTE 3. GESTIÓN DOCUMENTAL Y LEGAL DE LA INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO JURÍDICO DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

1.Los Derechos reales
2.Derechos personales sobre bienes inmuebles
3.El Derecho real de hipoteca inmobiliaria
4.El Registro de la Propiedad

UNIDAD DIDÁCTICA 2. VIABILIDAD JURÍDICA DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

1.La propiedad y el dominio
2.La Comunidad de bienes y el condominio
3.Las Propiedades especiales
4.La Propiedad horizontal
5.El aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico
6.La ley de ordenación de la edificación
7.El proceso de mediación e intermediación inmobiliaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTRATACIÓN EN LA ACTIVIDAD INMOBILIARIA

1.Elementos del contrato
2.Condiciones de contratación
3.Obligaciones y derechos para las partes en el contrato
4.Tipos de contratos inmobiliarios
5.Contratos relacionados con la construcción de edificios
6.Coste de los procedimientos legales y gestión administrativa de la contratación
7.El contrato de mandato

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS DE COMPRAVENTA Y ARRENDAMIENTO INMOBILIARIO

1.Tipos básicos de compraventa de vivienda
2.Otras compraventas inmobiliarias frecuentes
3.Análisis y redacción de contratos de compraventa

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO INMOBILIARIO

1.Tipos de contratos de arrendamiento inmobiliario
2.Clausulado habitual
3.Análisis y redacción de contratos de arrendamientos

PARTE 4. GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DETERMINACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS.

1.Definición y conceptos clave.
2.Establecimiento de los objetivos de venta
3.Predicción de los objetivos ventas.
4.El sistema de dirección por objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECLUTAMIENTO Y RETRIBUCIÓN DE VENDEDORES

1.El reclutamiento del vendedor:
2.El proceso de selección de vendedores.
3.Sistemas de retribución de vendedores.
4.La acogida del vendedor en la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS

1.Dinamización y dirección de equipos comerciales.
2.Estilos de mando y liderazgo.
3.Las funciones de un líder.
4.La Motivación y reanimación del equipo comercial.
5.El líder como mentor.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL EQUIPO COMERCIAL

1.Evaluación del desempeño comercial:
2.Las variables de control.
3.Los parámetros de control.

4.Los instrumentos de control:
5.Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial:
6.Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMACIÓN Y HABILIDADES DEL EQUIPO DE VENTAS

1.Necesidad de la formación del equipo.
2.Modalidades de la formación,
3.La formación inicial del vendedor.
4.La formación permanente del equipo de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL EQUIPO COMERCIAL.

1.Teoría del conflicto en entornos de trabajo.
2.Identificación del conflicto.
3.La resolución del conflicto.

PARTE 5. MARKETING Y PROMOCIÓN INMOBILIARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING Y COMUNICACIÓN EN EL SECTOR INMOBILIARIO

1.Conceptos básicos de marketing aplicados a la comercialización inmobiliaria
2.El plan de marketing
3.El plan de medios y comunicación
4.Las acciones comerciales en el sector inmobiliario
5.Las campañas publicitarias periódicas o puntuales
6.Marketing directo
7.Telemarketing y gestión de relaciones con clientes (CRM)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA

1.Los puntos de venta de inmuebles
2.Líneas de producto y estrategias de posicionamiento
3.El proceso de decisión de compra
4.Información gráfica de los productos inmuebles
5.Documentación de la promoción comercial de inmuebles

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIOS Y SOPORTES DE PROMOCIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA

1.El diseño del mensaje comercial:
2.Medios e instrumentos de promoción
3.Soportes de promoción inmobiliaria

PARTE 6. AGENTE INMOBILIARIO

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN INMOBILIARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1.Importancia económica y jurídica.
2.La profesión de técnico en gestión inmobiliaria.

3.El contrato de mandato.
4.El contrato de arrendamiento de servicios.
5.Contrato de mediación y corretaje.
6.La nota de encargo.

MÓDULO 2. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN INMOBILIARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA PROMOCIÓN INMOBILIARIA

1.Introducción
2.Qué es un promotor inmobiliario
3.Presupuesto de obra
4.Promotores novatos
5.Definición de promoción inmobiliaria especulativa y conceptos relacionados
6.Año 2.000: un nuevo régimen para la edificación
7.Algunos rasgos de la problemática general
8.El problema concreto de la viabilidad financiera
9.El problema concreto del precio a pagar por el solar
10.La opcion optimizada - estudios alternativos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

1.Marketing y Comercialización

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DERECHO PROFESIONAL INMOBILIARIO

1.Los derechos reales
2.La propiedad y los derechos reales limitativos del dominio
3.La compraventa y el contrato de compraventa
4.Nociones generales del contrato de compraventa
5.El derecho inmobiliario registral
6.El registro de la propiedad
7.Los derechos reales de garantía: la hipoteca

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÓDIGO DEONTOLÓGICO PARA PROFESIONALES INMOBILIARIOS

1.¿Qué es el Código Deontológico?
2.El Código Deontológico en la Profesión Inmobiliaria

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS EN LA ADQUISICIÓN Y EL ARRENDAMIENTO DE VIVIENDAS

1.Regulación de los derechos del consumidor y usuario
2.El alquiler de la vivienda

MÓDULO 3. EXPERTO EN GESTIÓN DE VENTAS Y ALQUILERES DE INMUEBLES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS DERECHOS REALES. LA PROPIEDAD Y LOS DERECHOS REALES

LIMITADOS DE DOMINIO

1.Introducción.
2.Derecho de propiedad: concepto, contenido y objeto.
3.Protección constitucional de derecho de propiedad.
4.El usufructo.
5.La servidumbre.
6.Limitaciones del dominio.
7.Conflictos de vecindad.
8.La propiedad inmobiliaria: propiedad urbana. Propiedad rústica.
9.Clasificación del suelo.
10.Limitaciones y derechos derivados.
11.Limitaciones a las parcelaciones.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA (I)

1.Trámites previos a la compraventa.
2.Contrato de arras.
3.Contrato de opción de compra.
4.Promesa de compra y venta.
5.Modelos de precontrato.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA (II)

1.Importancia económica y jurídica.
2.Concepto y características del contrato.
3.Sujetos de la compraventa.
4.Objeto de la compraventa: la cosa y el precio.
5.Forma y perfección de la compraventa.
6.Obligaciones del vendedor: la entrega. El saneamiento.
7.Obligaciones del comprador: obligación de pagar el precio. Obligación de pagar intereses.
8.Modelos de contratos.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL DERECHO INMOBILIARIO REGISTRAL

1.Concepto, naturaleza jurídica, caracteres y contenido.
2.La publicidad registral: naturaleza jurídica, objeto y fines.
3.Instrumento de esta publicidad: el registro de la propiedad.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD

1.El registro de la propiedad.
2.La finca como objeto del registro.
3.La inmatriculación.
4.Títulos inscribibles.
5.Situaciones que ingresan en el registro.
6.Los títulos inscribibles: objeto formal de entrada en el registro de la propiedad.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROCEDIMIENTO REGISTRAL

1.El asiento de presentación.
2.La calificación registral.
3.La inscripción en el registro de la propiedad.
4.La fe pública registral.
5.Anotaciones preventivas.
6.Otros asientos registrales.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LOS DERECHOS REALES DE GARANTÍA: LA HIPOTECA

1.Los derechos reales de garantía.
2.La hipoteca inmobiliaria.
3.Los sujetos de la relación hipotecaria.
4.La constitución de la hipoteca.
5.El objeto de la hipoteca.
6.La obligación asegurada por la hipoteca.
7.La extinción de la hipoteca.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO (I)

1.Concepto y características.
2.Elementos del contrato.
3.Normativa.
4.Derechos y deberes del arrendatario.
5.El subarriendo.
6.Obligaciones del arrendador.
7.Enajenación de la cosa arrendada.
8.Extinción del arrendamiento.
9.El juicio de desahucio.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO (II)

1.La legislación especial sobre arrendamientos urbanos.
2.Tipos de contratos de arrendamientos urbanos.
3.Contrato de arrendamiento de vivienda.
4.Duración del contrato, prórrogas.
5.La renta.
6.La fianza.
7.Obras de conservación y mejora.
8.Cesión y subarriendo.
9.La subrogación en el contrato de arrendamiento.
10.Extinción del contrato.
11.Indemnización del arrendatario.
12.Régimen transitorio de los contratos anteriores al 0/05/85 (decreto Boyer).

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO (III)

1.Arrendamiento para uso distinto al de la vivienda.

2.Cesión, subarriendo y subrogación.
3.Duración.
4.Renta.
5.La fianza.
6.Obras de conservación y mejora.
7.Extinción del contrato.
8.Indemnización al arrendatario.
9.Régimen transitorio de los contratos de arrendamiento de local de negocio.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA PROPIEDAD HORIZONTAL I. CONSTITUCIÓN Y EXTINCIÓN

1.Definición
2.Formas de creación. Proceso de constitución
3.Requisitos para constituir una comunidad de propietarios
4.La propiedad horizontal y el registro de la propiedad
5.La extinción de la propiedad horizontal
6.El Título Constitutivo
7.Cuestiones

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA PROPIEDAD HORIZONTAL II. FIGURAS JURÍDICAS ANÁLOGAS

1.Las comunidades de bienes y su relación con la LPH
2.Complejos inmobiliarios privados
3.El aprovechamiento por turnos de bienes inmuebles
4.Garajes
5.Cuestiones

MÓDULO 4. TASACIONES Y VALORACIONES INMOBILIARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1.Conceptos y definiciones.
2.Principios generales de la valoración.
3.Objeto y finalidades de la valoración inmobiliaria.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. VALORACIÓN DE INMUEBLES Y URBANISMO

1.Definiciones previas a la valoración de inmuebles.
2.Nociones básicas sobre urbanismo.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. NORMATIVA APLICABLE A LAS PERITACIONES Y TASACIONES INMOBILIARIAS

1.Orden ECO/805/2003, de 27 de marzo, sobre normas de valoración de inmuebles y de determinados derechos para ciertas finalidades financieras.
2.Real Decreto 1020/1993, de 25 de junio, por el que se aprueban las normas técnicas de valoración y el cuadro marco de valores del suelo y de las construcciones para determinar el valor catastral de los bienes inmuebles de naturaleza urbana.
3.Real Decreto Legislativo 2/2008, de 20 de junio, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Suelo.

4.Real Decreto 775/1997, de 30 de mayo, sobre el Régimen Jurídico de Homologación de los Servicios y Sociedades de Tasación.
5.Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria.
6.Ley Hipotecaria. Texto Refundido según Decreto de 8 de febrero de 1946.
7.Real Decreto Legislativo 1/1993, de 24 de septiembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
8.Disposiciones del Código Civil.
9.Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MÉTODOS DE VALORACIÓN

1.Cálculo de Valor de Reemplazamiento Bruto y Neto por el Método de Coste.
2.Cálculo del valor de Mercado por el Método de Comparación.
3.Valoración de inmuebles que producen rentas o son susceptibles de llegar a producirlas por el método de actuación de rentas.
4.Cálculo del valor hipotecario y de mercado de un bien por el método residual.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. VALORACIÓN DE BIENES INMUEBLES Y DERECHOS

1.Cuestiones previas a la valoración de inmuebles y derechos.
2.Valoración de edificios y elementos de un edificio.
3.Valoración de fincas rústicas.
4.Valoración de solares y terrenos.
5.Valoración de determinados derechos y los bienes objeto de los mismos.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ELABORACIÓN DE INFORMES Y CERTIFICADOS DE TASACIÓN

1.Aspectos generales en la elaboración de informes de tasación.
2.Aspectos formales de los informes y certificados de valoración.
3.Estructura general de los informes y certificados de tasación.
4.Régimen de responsabilidad del tasador.

PARTE 7. APLICACIÓN DEL COACHING EN EL ÁMBITO INMOBILIARIO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DESARROLLO DE CAPACIDADES INDIVIDUALES

1.Selección de personal con alta capacitación socioemocional.
2.Los beneficios del desarrollo de las capacidades emocionales en los recursos humanos.
3.Programas de desarrollo de la inteligencia emocional en la empresa.
    1.- Programas de desarrollo de inteligencia emocional.
4.La importancia de saber gestionar el tiempo.
    1.- Las reuniones.
5.La gestión eficaz de equipos.
    1.- Personas difíciles.
    2.- Los conflictos en equipo.

3.- Divisiones en un mismo equipo.
4.- Ventajas e inconvenientes del trabajo en equipo.
5.- Capacidades de equipo.
6.Desarrollo de habilidades para la dirección de reuniones.
1.- La dinámica de una reunión.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS

1.Prioridades y objetivos.
2.El modelo de inteligencia emocional en las empresas.
3.Satisfacción laboral y el concepto de trabajo.
1.- Investigaciones sobre desempleo y malestar.
4.Actitudes, comportamiento y creencias ante el trabajo.
1.- Creencias erróneas y miedos.
5.Desarrollo de las competencias personales para la consecución del éxito profesional.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLANES DE ACCIÓN

1.Tipos de ventas.
2.La plataforma comercial.
3.El cliente.
4.Plan de acción: la entrevista de ventas.
1.- Prospección.
2.- La visita.
3.- Claves para que una llamada resulte satisfactoria.
4.- Ejecución física de la carta.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOCALIZACIÓN DE INMUEBLES

1.La función de la prospección del mercado inmobiliario.
1.- Áreas y sujetos básicos de la captación.
2.- El territorio de captación y criterios de selección.
2.Rutas de prospección.
3.Técnicas de localización de inmuebles.
1.- Técnicas elementales.
2.- Áreas de captación.
4.Clasificación de los prospectos.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. PUBLICACIÓN DE INMUEBLES

1.Confección del mensaje comercial.
1.- Definir el mensaje que se quieren transmitir: las características relevantes.
2.- Tipos y formatos del mensaje.
3.- Visibilidad y percepción del mensaje.
2.Técnicas de promoción.
1.- Medios y canales: personales y no personales.
2.- Medios de promoción inmobiliaria.

3.- El presupuesto de comunicación de medios.

3.Medios de promoción inmobiliaria.

1.- Tipos de soporte.

2.- Técnicas básicas de elaboración.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TÉCNICAS DE CIERRE

1.Influencias en el proceso de compra.

1.- Variables que influyen en el proceso de compra.

2.- La segmentación del mercado.

2.Los clientes.

1.- Tipologías de clientes.

2.- Clasificación sobre tipos de clientes.

3.Seis fórmulas para cerrar.

1.- Métodos de cierre.

2.- La despedida.

PARTE 8. PSICOLOGÍA Y TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

1.Concepto de mercado

2.Definiciones y conceptos relacionados

3.División del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASES DEL MERCADO

1.Ciclo de vida del producto

2.El precio del producto

3.Ley de oferta y demanda

4.El precio y al elasticidad de la demanda

5.Comercialización y mercado

6.La marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS

1.Estudios de mercado

2.Ámbitos de aplicación del estudio de mercados

3.Tipos de diseño de la investigación de los mercados

4.Segmentación de los mercados

5.Tipos de mercado

6.Posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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 5. 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 6. 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 7. EL PUNTO DE VENTA

1.Merchandising
2.Condiciones ambientales
3.Captación de clientes
4.Diseño interior
5.Situación de las secciones
6.Zonas y puntos de venta fríos y calientes
7.Animación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. VENTAS

1.Introducción
2.Teoría de las ventas
3.Tipos de ventas
4.Técnicas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. 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 10. MOTIVACIONES PROFESIONALES

1.La motivación
2.Técnicas de motivación
3.Satisfacción en el trabajo
4.Remuneración comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1.Proceso de comunicación
2.Elementos de la comunicación comercial
3.Estructura del mensaje
4.Fuentes de información
5.Estrategias para mejorar la comunicación
6.Comunicación dentro de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 12. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL

1.¿Qué son las habilidades sociales?
2.Escucha activa
3.Lenguaje corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 13. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO. TÉCNICAS DE LA PERSONALIDAD

1.Inteligencias múltiples
2.Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoestima
3.Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorrespeto
4.Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertividad

UNIDAD DIDÁCTICA 14. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA

1.Introducción
2.Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional
3.El lenguaje emocional
4.Habilidades de la Inteligencia Emocional
5.Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral
6.Establecer objetivos adecuados
7.Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA VENTA Y SU DESARROLLO. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CLIENTE

1.Metodología que debe seguir el vendedor
2.Ejemplo de una preparación en la información e investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 16. LA VENTA Y SU DESARROLLO. EL CONTACTO

1.Presentación

2.Cómo captar la atención
3.Argumentación
4.Contra objeciones
5.Demostración
6.Negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 17. LA NEGOCIACIÓN

1.Concepto de negociación
2.Bases fundamentales de los procesos de negociación
3.Tipos de negociadores
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

UNIDAD DIDÁCTICA 18. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA

1.Estrategias para cerrar la venta
2.Tipos de clientes; cómo tratarlos
3.Técnicas y tipos de cierre
4.Cómo ofrecer un excelente servicio postventa