



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

MF0811_2 Comercialización Inmobiliaria

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este curso se ajusta a lo expuesto en el itinerario de aprendizaje perteneciente al Módulo Formativo MF0811_2 Comercialización Inmobiliaria regulado en el Real Decreto 614/2013, de 2 de Agosto que permitirá al alumnado adquirir las competencias profesionales necesarias para conocer el marketing y promoción inmobiliaria, la venta personal y la venta online.

CONTENIDOS

MÓDULO 1. COMERCIALIZACIÓN INMOBILIARIA

UNIDAD FORMATIVA 1. 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

UNIDAD FORMATIVA 2. VENTA PERSONAL INMOBILIARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA VENTA DE BIENES INMOBILIARIOS

1. Definición de la venta personal inmobiliaria
2. Características de la venta 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 de la comercialización inmobiliaria:
3. Gestión y resolución de reclamaciones
4. Ventajas y procedimiento
5. Código deontológico y autorregulación de la comercialización inmobiliaria

UNIDAD FORMATIVA 3. VENTA PERSONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1. Las relaciones comerciales a través de Internet
2. Utilidades de los sistemas «on line».
3. Modelos de comercio a través de Internet
4. Servidores «on line».

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

1. El internauta como cliente potencial y real
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web
3. Tiendas virtuales
4. Medios de pago en Internet
5. Conflictos y reclamaciones de clientes
6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es