

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO

Guía del Curso

Especialista en Asesoría en Decoración y Home Staging

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

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

OBJETIVOS

El home staging consiste en preparar un vivienda para su venta o alquiler en el sector inmobiliario, con la finalidad de que esta resulte más atractiva a los posibles compradores, de forma que la venta pueda realizarse un plazo más breve a la vez que se puede obtener un precio de venta más elevado. Por tanto, el home staging requiere de conocimientos propios del interiorismo, la decoración y la intermediación inmobiliaria. Por medio de este curso de home staging el alumnado desarrollará todos estos conocimientos para poder acceder a un mercado profesional en alza.

CONTENIDOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. Concepto de decoración
2. Origen e historia de la decoración
3. El interiorismo
4. - Decoración de interiores
5. Home staging: decorar para vender o alquilar
6. - Principales diferencias

UNIDAD DIDÁCTICA 2. COMPOSICIÓN

1. Principales aspectos a tener en cuenta en la composición
2. Punto Focal
3. - Concepto y tipos
4. - Tarea del decorador. Búsqueda del punto focal en diferentes estancias
5. Armonía y unidad
6. - Concepto
7. - Combinación de elementos para conseguir armonía
8. Contraste y variedad
9. El ritmo visual en decoración
10. - Tipos de ritmo visual
11. Equilibrio. Balance simétrico y asimétrico

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA LUZ

1. La luz como elemento básico en la decoración
2. La luz natural
3. - Influencia de ventanas, claraboyas y puertas
4. - Influencia de los colores en la iluminación
5. - Superficies, texturas y materiales
6. - Telas, tapicerías y suelos
7. - La distribución de los muebles
8. La luz artificial
9. - Características de la iluminación artificial
10. - El impacto de la luz en la decoración

11. - Interpretación de la luz
12. - Elección de lámparas y puntos lumínicos. Consejos básicos
13. Tipos de iluminación según su funcionalidad
14. Tipología de lámparas y principales fuentes de luz
15. Principales sistemas de iluminación
16. La iluminación en las diferentes estancias de una casa
17. - Iluminación oficina de trabajo
18. - Iluminación estancias de una casa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA UBICACIÓN DE LOS ELEMENTOS EN EL ESPACIO

1. Importancia del espacio
2. Distribución del espacio. Aspectos básicos
3. - Aspectos básicos a tener en cuenta
4. Formas de almacenamiento
5. Tipos de espacios
6. Elementos y accesorios decorativos de uso obligatorio

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MOBILIARIO

1. Factores a tener en cuenta en la distribución del mobiliario
2. - El sentido del equilibrio
3. Distribución del mobiliario
4. - El recibidor y disposición de los muebles
5. - Mobiliario del salón
6. - Mobiliario del comedor
7. - Mobiliario del dormitorio
8. - Escritorios
9. - Mobiliario de una biblioteca
10. - Muebles en jardines, terrazas y balcones
11. Tapizado de muebles
12. - Descripción de los diferentes tipos de tejidos, principales características y usos
13. Otros tipos de muebles y accesorios

14. - Muebles de madera
15. - Muebles metálicos, de plástico y de vidrio
16. - Camas y complementos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PRINCIPALES ESTILOS DECORATIVOS

1. Estilos en decoración
2. Estilos en la actualidad
3. - Minimalismo
4. - Estilo Zen
5. - Estilo Rústico
6. - Estilo Loft
7. - Kitsch
8. - Shabby Chic
9. - Estilo étnico
10. - Estilo colonial
11. - Estilo vintage o retro
12. - Art Decó
13. Feng shui
14. - Otros estilos: árabe, ecléctico, mexicano, pop...

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TÉCNICAS DE PROSPECCIÓN Y LOCALIZACIÓN DE INMUEBLES

1. La función de la prospección del mercado inmobiliario
2. - Áreas y sujetos básicos de la captación
3. - El territorio de captación de bienes inmuebles
4. - La cartera de inmuebles: criterios de selección y captación de inmuebles
5. Rutas de prospección
6. - El plan de refresco del plan de fuentes
7. Técnicas de localización de inmuebles:
8. - Técnicas elementales
9. - Áreas de captación
10. Calificación de los prospectos

11. - Definición y fines de la calificación
12. - Métodos de filtrado

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE CAPTACIÓN INMOBILIARIA

1. Técnicas de aproximación a los prospectos
2. - Definición y alcance de los prospectos
3. - Estrategias proactivas y reactivas de contacto
4. - Campañas de captación inmobiliaria
5. Técnicas personales en la captación de encargos de intermediación
6. - Llamada en frío
7. - Carta de prospección
8. - Otras gélidas entradas
9. - Barreras de comunicación en frío
10. La entrevista de captación
11. - Definición, estructura y objetivos
12. - La representación de ventas
13. - Ayudas a la captación
14. Argumentario de captación y el tratamiento de objeciones
15. - Naturaleza y tratamiento general de las mismas
16. - Clasificación de las objeciones a la captación
17. - El tratamiento de las objeciones
18. Documentación de la captación
19. - Documentos tipo
20. - Datos, imágenes e información a recabar del inmueble
21. El final de la captación
22. - La recaptación o renegociación de las condiciones del encargo
23. - Estudio de los fracasos tenidos en la captación
24. Uso de los datos obtenidos en la captación
25. - Evaluación de la captación
26. - Para la transformación en información para la venta
27. - La relación posterior de mantenimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TÉCNICAS DE INTERMEDIACIÓN Y

NEGOCIACIÓN

1. Tipos de encargos de intermediación inmobiliaria
2. - Notas de encargo escritas (y verbales)
3. - Encargos como agencia única
4. - La captación en exclusiva, simple y colectiva
5. - El trabajo sin encargo
6. Negociación de los términos del encargo de mediación inmobiliaria
7. - Definición y fines de la negociación
8. - Principios, estrategias y tácticas de la negociación
9. Acuerdos de captación en exclusiva
10. - Concepto
11. - Valoración de la exclusiva por parte de sus protagonistas
12. - Objeciones a la exclusiva
13. El contrato en exclusiva
14. - Elementos, derechos y obligaciones para las partes
15. - Cláusulas habituales
16. - Redacción de las partes del contrato

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MARKETING Y COMUNICACIÓN EN EL SECTOR INMOBILIARIO

1. Conceptos básicos de Marketing aplicados a la comercialización inmobiliaria
2. El plan de Marketing
3. - Objetivos y finalidad
4. - Marketing estratégico: acciones
5. - Marketing operativo: acciones
6. El plan de medios y comunicación
7. - El proceso y objetivos del plan de comunicación
8. - Medios y canales de comunicación
9. Las acciones comerciales en el sector inmobiliario
10. - Establecimiento de objetivos
11. - Identificación de características y valor añadido de los inmuebles o servicio de intermediación inmobiliaria

12. - Identificación del mercado potencial y el entorno competitivo
13. - Elaboración del mensaje
14. - Identificación de los medios de publicidad y promoción. Ventajas e inconvenientes de su utilización
15. Las campañas publicitarias periódicas o puntuales
16. - La estimación del presupuesto de la acción comercial
17. - La coordinación de la campaña
18. - Establecimiento de métodos de control de la campaña
19. Marketing directo
20. - Naturaleza
21. - Principales herramientas del marketing directo
22. - El control de los resultados
23. Telemarketing y gestión de las relaciones con los clientes. (CRM)

UNIDAD DIDÁCTICA 11. ORGANIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA

1. Los puntos de venta de inmuebles
2. - La agencia
3. - El piso piloto
4. - La red de colaboradores activos
5. - Otros puntos de comercialización de inmuebles: ferias del sector
6. Líneas de producto y estrategias de posicionamiento
7. - La cartera de inmuebles a la venta o en alquiler
8. - Dimensiones del producto inmobiliario
9. - Jerarquía y clasificaciones
10. El proceso de decisión de compra
11. - Roles y comportamiento en la compra inmobiliaria
12. - Etapas en el proceso de decisión de compra
13. - La percepción de la oferta
14. - Factores principales que influyen en la decisión de compra
15. Información gráfica de los productos inmuebles
16. - Documentación y materiales de muestra exigible por la legislación vigente
17. - Interpretación de planos y superficie

18. - Presentaciones digitales
19. - Los libros de muestra de cada uno de los productos de venta o alquiler
20. - La memoria de calidades, materiales, instalaciones y equipamiento
21. - Lista de precios de cada producto en venta o en alquiler y de sus condiciones de compra o posesión
22. - Condiciones de adquisición y arrendamiento de cada inmueble
23. Documentación de la promoción comercial de inmuebles
24. - Documentación a obtener del interesado, en cada momento
25. - Carpeta de información a entregar a cada interesado
26. - Libros de control de prospectos interesados en la promoción
27. - Los circuitos de información con la dirección



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