

Código: 09033

Unidad Formativa:
UF1923 - Marketing y promoción inmobiliaria

Módulo: MF0811_3 - COMERCIALIZACIÓN INMOBILIARIA

Certificado de Profesionalidad:
COMT0111 - GESTIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA

Modalidad: ONLINE

Duración: 40h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:



Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

securs@
CONSULTORÍA DE FORMACIÓN
Avda. Ramón Nieto nº 133, Bajo
36208 - VIGO
Telf.: 986912815

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso capacita al alumnado para planificar y ejecutar el marketing y la promoción comercial de productos inmobiliarios, tanto en promociones de obra nueva como en la comercialización de vivienda ya construida, y se dirige a profesionales del sector inmobiliario y a personas que desean orientar su actividad a la venta y promoción de inmuebles. A lo largo del recorrido se aprende a elaborar un plan de marketing y de comunicación coherente con el producto y el público objetivo, a seleccionar medios, soportes y acciones comerciales, y a organizar los puntos de venta y la documentación que acompaña a la promoción. La vertiente práctica ocupa un lugar central: el diseño del mensaje comercial, la información gráfica de los inmuebles, la gestión de la relación con los clientes y el seguimiento de las campañas permiten convertir la estrategia en decisiones concretas de promoción. Al finalizar, el alumnado será capaz de diseñar, coordinar y evaluar acciones de marketing y promoción inmobiliaria ajustadas al producto, al cliente y a los objetivos comerciales de la empresa.

Contenidos

Módulo 1: Marketing y comunicación en el sector inmobiliario
1.1 - Principios del marketing aplicados a la comercialización de inmuebles
1.2 - El plan de marketing: fases y elementos clave
1.3 - Diseño del plan de medios y de comunicación
1.4 - Acciones comerciales en la actividad inmobiliaria
1.5 - Campañas publicitarias periódicas y puntuales
1.6 - Marketing directo para la captación y fidelización de clientes
1.7 - Telemarketing y gestión de la relación con el cliente mediante CRM
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Organización de la promoción comercial inmobiliaria
2.1 - Los puntos de venta de inmuebles: tipología y organización
2.2 - Líneas de producto y estrategias de posicionamiento
2.3 - El proceso de decisión de compra del cliente inmobiliario
2.4 - Información gráfica de los productos inmuebles
2.5 - Documentación de la promoción comercial de inmuebles
2.6 - Organización del equipo comercial y asignación de tareas
2.7 - Seguimiento de la promoción: indicadores y ajustes
Resumen del módulo 2
Módulo 3: Medios y soportes de promoción comercial inmobiliaria
3.1 - El diseño del mensaje comercial
3.2 - Medios e instrumentos de promoción
3.3 - Soportes de promoción inmobiliaria
3.4 - Soportes digitales y presencia en portales inmobiliarios
3.5 - Publicidad exterior y señalización de la promoción
3.6 - Selección y combinación de medios según el público y el producto
Resumen del módulo 3