



# FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por  
EDUCA BUSINESS SCHOOL



## Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías + Titulación Universitaria



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



# Educa Business Formación Online



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

## 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, **los 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).

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.

# Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías + Titulación



**DURACIÓN:**

450 horas



**MODALIDAD:**

Online



**PRECIO:**

299 €

Incluye materiales didácticos,  
titulación y gastos de envío.



**CRÉDITOS:**

6,00 ECTS

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



## Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías con 300 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 Marketing y Ventas 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 UNESCO).





## Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado  
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

### NOMBRE DEL ALUMNO/A

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

## Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX

Con una calificación de **NOTABLE**

Y para que consiste expido la presente **TITULACIÓN** en  
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General  
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a  
NOMBRE DEL ALUMNO

RESPONSABILIDAD  
**SOCIAL**  
CORPORATIVA



El presente Título es parte del Sistema Formativo de la Acción Formativa de 425 horas de duración, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019. Este Título es expedido por la Dirección General de Negocios de Formación de Postgrado de EDUCA BUSINESS SCHOOL, en Granada, a 11 de Noviembre de 2019. Este Título es expedido por la Dirección General de Negocios de Formación de Postgrado de EDUCA BUSINESS SCHOOL, en Granada, a 11 de Noviembre de 2019. Este Título es expedido por la Dirección General de Negocios de Formación de Postgrado de EDUCA BUSINESS SCHOOL, en Granada, a 11 de Noviembre de 2019. Este Título es expedido por la Dirección General de Negocios de Formación de Postgrado de EDUCA BUSINESS SCHOOL, en Granada, a 11 de Noviembre de 2019.

## Descripción

Este Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías le ofrece una formación especializada en la materia. A la hora de tratar con clientes la relación entre el vendedor y el cliente resulta trascendental, de una buena relación y del entendimiento entre ambos se puede llegar a una situación óptima, es decir, al cumplimiento de los objetivos de ambas partes, debido la importancia dentro de este Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías. Por otro lado, vivimos en una sociedad de consumo en la que se valoran cada uno de los valores añadidos que nos ofrecen tras un proceso de compra. Así, resulta imprescindible el conocimiento y la utilización de las técnicas de venta a la hora de presentar a los clientes los bienes y servicios que ofertamos.



## Objetivos

- Conocer las funciones del dependiente de perfumería.
- Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos.
- Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

## A quién va dirigido

Este Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías está dirigido a todos aquellos profesionales del sector de la planificación comercial, campañas de ventas o marketing promocional, concesionarios, etc.; estudiantes y/o cualquier persona interesada en formarse en dicha materia.

## Para qué te prepara

Este Curso de Dependienta de Perfumería y Técnicas de Venta en Perfumerías le prepara para aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización; aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos; y aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

## Salidas Laborales

Comercio y Marketing / Perfumerías

## Materiales Didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Dependiente de Perfumería'
- Manual teórico 'Marketing y Ventas'
- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Marketing y Ventas'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

## 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.

**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. DEPENDIENTE DE PERFUMERÍA

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN

- 1.El proceso de comunicación.
- 2.Elementos de la comunicación.
- 3.Dificultades de la comunicación.
- 4.Estructura del mensaje.
- 5.Niveles de comunicación comercial.
- 6.Estrategias para mejorar la comunicación.
- 7.La comunicación comercial y publicitaria.
  - 1.- La función de la comunicación en el marketing.
  - 2.- Objetivos de la comunicación comercial.
  - 3.- Instrumentos de la comunicación comercial.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. HABILIDADES SOCIALES Y COMUNICACIÓN NO VERBAL

- 1.¿Qué son las habilidades sociales?
  - 1.- Cómo se desarrollan las habilidades sociales.
  - 2.- La empatía.
  - 3.- La asertividad.
  - 4.- La autoestima.
- 2.Escucha activa.
- 3.¿Qué es la comunicación no verbal?
- 4.Componentes de la comunicación no verbal.
  - 1.- Expresiones faciales.
  - 2.- Postura corporal.

- 3.- La proxémica.
- 4.- La kinesia.
- 5.- El paralenguaje.
- 6.- La imagen.
- 7.- Bloqueos y barreras corporales.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPORTAMIENTO DE VENTA**

- 1.El vendedor.
- 2.Tipos de vendedores.
- 3.Características del buen vendedor.
  - 1.- Los conocimientos del vendedor.
  - 2.- Cualidades fundamentales del vendedor.
  - 3.- La capacidad de persuasión.
  - 4.- Ocho mandamientos del vendedor.
- 4.Cómo tener éxito en las ventas.
- 5.Actividades del vendedor.
  - 1.- Las funciones del vendedor.
- 6.Nociones de psicología aplicada a la venta.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMPORTAMIENTO DE COMPRA**

- 1.Consumidor.
- 2.Comportamiento del consumidor.
- 3.Necesidades del consumidor.
  - 1.- Clasificación de las necesidades (Maslow).
  - 2.- Los deseos.
- 4.Tipos de consumidores.
- 5.Análisis del comportamiento del consumidor.
- 6.Factores de influencia en la conducta del consumidor.
- 7.Modelos del comportamiento del consumidor.

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE STOCKS**

- 1.Los inventarios.
  - 1.- Principios de los inventarios.
  - 2.- Clasificación de los inventarios.
  - 3.- Elementos básicos de los sistemas de inventarios.
- 2.Métodos de gestión de los inventarios.
  - 1.- Análisis ABC.
  - 2.- Exactitud de los registros.
  - 3.- Conteo cíclico.
- 3.Elaboración de un inventario.
  - 1.- El inventario físico y el inventario contable.
- 4.Método de gestión de stocks.

- 1.- Concepto de equilibrio de costes.
- 2.- Principio de los métodos a punto de pedido.
- 5. Stock de seguridad.
  - 1.- Cálculo.
  - 2.- Tasa de servicio.
- 6. Modelos de gestión de stock.
  - 1.- Modelo de cantidad fija de pedido.
  - 2.- Modelo de cantidad de pedido de producción.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 6. ORGANIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

- 1. Merchandising.
  - 1.- Merchandising exterior.
- 2. Condiciones ambientales.
  - 1.- La música.
  - 2.- El olor.
  - 3.- El color.
  - 4.- El ambiente.
- 3. Captación de clientes.
- 4. Diseño interior.
- 5. Situación de las secciones.
- 6. Zonas y puntos de venta fríos y calientes.
- 7. Animación.
- 8. Fachadas, escaparates y entradas.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL COMERCIO DE PERFUMERÍA

- 1. Introducción a las perfumerías.
  - 1.- Historia de los perfumes.
- 2. Artículos y productos de venta en perfumerías.
  - 1.- Higiene corporal.
  - 2.- Perfumes y colonias.
  - 3.- Cuidado del cabello.
  - 4.- Cosmética y belleza facial.
  - 5.- Productos específicamente masculinos.
- 3. Generalidades de los productos de perfumería.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 8. PERFUMERÍA: CRITERIOS PARA LA ELECCIÓN DE PERFUMES

- 1. El perfume: concepto y clasificación.
- 2. Familias de perfumes.
- 3. Métodos de extracción del perfume.
- 4. Factores que influyen en la elección y respuesta de un perfume.
- 5. Técnicas de entrenamiento en la selección de perfumes y cosméticos.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 9. CALIDAD DEL PROCESO DE ASESORAMIENTO EN PERFUMERÍA

1. Métodos para valorar la calidad del proceso de asesoramiento.
  - 1.- Detectar el grado de satisfacción del cliente.
  - 2.- Comprobar la calidad.
2. Métodos para el control de calidad en la atención al cliente.
3. Medidas de corrección de desviaciones en los resultados obtenidos.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEGURIDAD E HIGIENE

1. Seguridad: los riesgos.
  - 1.- Factores de riesgo.
  - 2.- Medidas de prevención y protección.
  - 3.- La señalización aplicada al dependiente de comercio.
  - 4.- Sistemas de detección y alarma.
  - 5.- Evacuaciones.
  - 6.- Sistemas de extinción de incendios.
2. Higiene y calidad del ambiente.
  - 1.- Objetivos de higiene y calidad del ambiente.
  - 2.- Parámetros de influencia en las condiciones higiénico-sanitarias.
  - 3.- Higiene personal.
3. Confort y condiciones ambientales de trabajo.
  - 1.- Ventilación de los locales.
  - 2.- Climatización de los locales.
  - 3.- Iluminación de los locales.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. RIESGOS ESPECÍFICOS EN PERFUMERÍA Y COSMÉTICA

1. Introducción al comercio.
  - 1.- Sector comercial perfumería y cosmética.
  - 2.- Riesgos profesionales más comunes en perfumería y cosmética.
2. Normativa aplicable a empresas de perfumería y cosmética en materia de prevención de riesgos laborales.
  - 1.- Riesgos generales en las empresas de perfumería y cosmética.
3. Riesgos profesionales en el proceso de fabricación de perfumes y cosméticos.
4. Riesgos profesionales en el proceso de venta de perfumes y cosméticos.

## PARTE 2. MARKETING Y VENTAS

### MÓDULO 1. MARCO ESTRATÉGICO COMERCIAL

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. INDICADORES MICROECONÓMICOS Y MACROECONÓMICOS PARA LA VENTA

1. Ley de la oferta y demanda
2. El precio y la elasticidad de la demanda
3. Indicadores económicos
4. Economía monetaria: Dinero e inflación
5. Crecimiento económico

## **UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA**

1. Concepto y tipología del entorno
2. Análisis del entorno general (PEST/EL)
3. Análisis del entorno específico
4. Análisis de PORTER
5. Amenaza de entrada de nuevos competidores
6. Amenaza de productos sustitutivos

## **UNIDAD DIDÁCTICA 3. DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA**

1. El perfil estratégico de la empresa
2. Análisis DAFO
3. Las matrices de cartera de productos como modelos de análisis estratégico
4. Matriz del BCG o de crecimiento-cuota de mercado
5. Matriz General-Electric McKinsey o de posición competitiva-atractivo del sector
6. Matriz ADL o de posición competitiva-madurez del sector

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE VENTAS**

1. Los distintos enfoques de ventas
2. Venta tradicional
3. Venta consultora
4. Venta estratégica
5. Venta asociativa

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL MERCADO RELEVANTE**

1. El entorno de las organizaciones
2. El mercado: concepto y delimitación
3. El mercado de bienes de consumo
4. El mercado industrial
5. El mercado de servicios

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

1. Importancia de la segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
2. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales. Requisitos para una segmentación eficaz
3. Las estrategias de cobertura del mercado
4. Las técnicas de segmentación de mercados a priori y a posteriori

## **MÓDULO 2. ESTRATEGIA Y PLAN DE VENTAS**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. TIPOLOGÍAS DE VENTAS**

1. Venta directa
2. Venta a distancia
3. Venta multinivel
4. Venta personal

5.Otros tipos de venta

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA PLATAFORMA COMERCIAL. RELACIONES PROVEEDORES-CLIENTES**

- 1.Contextualización de las relaciones fabricantes-distribuidores
- 2.Técnicas de negociación con proveedores
- 3.Red de proveedores y clientes

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. PLAN DE VENTAS. PREVISIÓN DE CUOTAS Y VENTAS**

- 1.Métodos de previsión y utilidad
- 2.Análisis geográfico de las zonas de ventas
- 3.Fijación de objetivos
- 4.Diferencias entre objetivos y previsiones
- 5.Cuotas de actividad
- 6.Cuotas de participación
- 7.Cuotas económicas y financieras
- 8.Estacionalidad
- 9.El plan de ventas

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS**

- 1.Análisis de la sensibilidad del precio
- 2.Discriminación de precios
- 3.Estrategias de precio
- 4.Políticas de descuento

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. FIDELIZACIÓN DE CLIENTES**

- 1.Objetivos y factores de los programas de fidelización
- 2.Conceptos de fidelización
- 3.Programas multisectoriales
- 4.Captación y fidelización de clienteS
- 5.Estructura de un plan de fidelización

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. EXPERIENCE CUSTOMER**

- 1.Cómo monitorizar la experiencia del cliente
- 2.Métricas de satisfacción y experiencia del cliente
- 3.Generando valor añadido a cada cliente
- 4.Neuromarketing

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. KEY ACCOUNT MANAGER**

- 1.El rol del KAM
- 2.Tipos de estrategias segmentadas por cliente
- 3.Creación de relaciones duraderas (fidelización)
- 4.Negoción de grandes cuentas y clientes potenciales

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 9. PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA

- 1.Proceso de planificación de la empresa
- 2.Estructura del control
- 3.Organización del proceso presupuestario
- 4.Ejercicio resuelto. Dossier de seguimiento presupuestario

#### UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONTROL PRESUPUESTARIO

- 1.El control presupuestario: introducción
- 2.Seguimiento y control del presupuesto de explotación
- 3.Seguimiento y control de las inversiones y las fuentes de financiación
- 4.Seguimiento y control del presupuesto de tesorería
- 5.Ejercicio resuelto. Desviaciones en ventas

#### UNIDAD DIDÁCTICA 11. CREACIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES COMPETITIVOS

- 1.Técnicas básicas de selección de personal
- 2.La heterogeneidad del grupo
- 3.Diferentes tipos de equipo
- 4.Estrategias de cohesión y comunicación en el equipo
- 5.Determinación de roles dentro del equipo de ventas