

Márketing inmobiliario

Márketing inmobiliario

Duración: 300 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno 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 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

MÓDULO I. EL ENTORNO COMERCIAL
1. La corporación inmobiliaria.
2. Análisis del macroentorno.
3. Características de las empresas.
4. Capacidades, habilidades y hábitos de eficacia.
5. El mercado.
6. La competencia.
7. La oferta y la demanda.

MÓDULO II. LOS PILARES DEL MARKETING
1. ¿Qué es el marketing?
2. Estructura del departamento de marketing.
3. Las bases operativas del marketing.
4. Valor y satisfacción.
5. La planificación estratégica.

MÓDULO III. EL MARKETING-MIX
1. Las políticas.
2. Las políticas de producto.
3. Las políticas de precios.
4. Las políticas de comunicación.
5. Los sistemas de comercialización.

MÓDULO IV. EL SERVICIO DE INTELIGENCIA DEL MARKETING
1. Orientación del Servicio de Inteligencia de Marketing, SIM.
2. SIM permanente y SIM ocasional.
3. La investigación de mercado.
4. Elaboración de un estudio de mercados.

MÓDULO V. LA VENTA
1. La venta inmobiliaria.
2. La dirección de ventas.
3. La gestión del tiempo.

© icaformación2026

4. La organización comercial.
5. El vendedor inmobiliario.
6. La selección del equipo comercial.

MÓDULO VI. LOS PLANES DE VENTA
1. Métodos de previsión de ventas y de operatividad marginal.
2. Los planes de venta.
3. Los mitos de la venta.
4. Las etapas de la venta.
5. La negociación y la venta.
6. La creatividad y la gestión de los intangibles.

MÓDULO VII. EL PLAN DE MARKETING
1. El proceso de planificación.
2. El proceso de análisis.
3. Objetivos, estrategias y tácticas.

MÓDULO VIII. EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
1. Necesidades y motivaciones.
2. Decisiones de compra y modelos.
3. Análisis de la percepción.
4. El aprendizaje.
5. Análisis del carácter y de la personalidad.

MÓDULO IX. LA COMUNICACIÓN
1. Los principios de la comunicación.
2. La comunicación interna.
3. El lenguaje corporal.

MÓDULO X. EL DESARROLLO PERSONAL
1. El pensamiento sistémico.
2. Los estados del yo.
3. Venta a cerebro total.

MÓDULO XI. CASOS PRÁCTICOS

© icaformación2026