

Gestión comercial de productos y servicios financieros y los canales complementarios (UF0526)

Gestión comercial de productos y servicios financieros y los canales complementarios (UF0526)

Duración: 50 horas

Precio: 370 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:

1. Marketing financiero y relacional.
1.1. Marketing financiero:
1.1.1. Elementos.
1.1.2. Principios.
1.1.3. Características.
1.1.4. Aspectos a analizar en un plan de marketing.
1.1.5. Ventajas de un plan de marketing.
1.1.6. Fases de un plan de marketing.
1.1.7. Estructura de un plan de marketing.
1.1.8. Elaboradores del plan de marketing.
1.2. Análisis del cliente.
1.2.1. Fuentes de información.
1.3. La segmentación de clientes.
1.3.1. Fines de la segmentación.
1.3.2. Clasificación de los clientes.
1.3.3. Beneficios de la segmentación.
1.3.4. Fases del proceso de segmentación.
1.3.5. Criterios de segmentación.
1.4. Fidelización de clientes.
1.4.1. Elementos.
1.4.2. Factores.
1.4.3. Estrategias.
1.4.4. Técnicas de fidelización.
1.4.5. Plan de fidelización.

© icaformación2026

1.4.6. Herramientas de gestión de relación con clientes-CRM.
1.5. Análisis de la gestión de la calidad de los servicios financieros.
1.5.1. Factores.
2. Comercialización de productos y servicios financieros.
2.1. El comercial de las entidades financieras:
2.1.1. Características.
2.1.2. Funciones.
2.1.3. Cualidades.
2.1.4. El modelo de actuación.
2.2. Técnicas básicas de comercialización:
2.2.1. La venta cruzada.
2.2.2. La detección de nichos de mercado.
2.2.3. Las ofertas comerciales.
2.3. La atención al cliente.
2.3.1. Principios.
2.3.2. Objetivos.
2.3.3. La actitud de servicio ante el cliente.
2.3.4. La atención telefónica.
2.3.5. Técnicas de presentación del producto.
2.3.6. Tratamiento de consultas: mensajes y actitudes.
2.4. Protección a la clientela.
2.4.1. Transparencia de las operaciones.
2.4.2. Derechos del cliente.
3. Canales alternativos de comercialización de productos y servicios bancarios.
3.1. Intranet y extranet.
3.1.1. Descripción.
3.2. La Banca telefónica.
3.2.1. Características.
3.2.2. Funcionamiento.
3.2.3. Tipos de operaciones.
3.3. La Banca por internet.
3.3.1. Funcionalidad.
3.3.2. Ventajas e inconvenientes.
3.4. La Banca electrónica.
3.4.1. Características.
3.4.2. Funcionalidad.
3.5. Televisión interactiva.
3.5.1. Características.
3.5.2. Ventajas.
3.6. El ticketing.
3.6.1. Características.

© icaformación2026

3.6.2. Ventajas.
3.7. Puestos de autoservicio.
3.7.1. Características.
3.7.2. Tipos.
3.7.3. Ventajas.
3.7.4. Funcionalidad.

© icaformación2026