

PROGRAMA SUPERIOR DE CERTIFICACIÓN PROFESIONAL PARA EL COMERCIAL DE SEGUROS (PRESENCIAL)



El seguro desempeña un papel fundamental en la economía del país, favorece el desarrollo económico, y, a su vez, éste impulsa el desarrollo del seguro. El seguro es una clara expresión de la evolución macroeconómica de un país y con frecuencia la recaudación de primas se utiliza como indicador económico. A través de este curso el alumnado podrá adquirir las competencias profesionales necesarias para profundizar en el concepto de seguros, conocer el ámbito de las empresas aseguradoras españolas, desarrollar numerosas habilidades sociales que nos acerquen al cliente, así como identificar algunas ideas para mejorar nuestro punto de venta.

Categorías: [Certificados de Profesionalidad Presenciales](#) |

INFORMACIÓN

Duración	300 h
Modalidad	Presencial
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

MÓDULO 1. COMERCIAL DE SEGUROS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LOS SEGUROS

Introducción

El seguro

Los principios del Seguro

Comprar un Seguro

La protección del asegurado

Fraude y seguros

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS MERCADOS Y MEDIADORES DE SEGUROS

Introducción al Mercado de Seguros

Entorno del Mercado de Seguros

Características de las Entidades de Seguros

Regulación y Supervisión por parte del Estado

El Reaseguro

Organismos del Mercado Español de Seguros

Los mediadores de Seguros

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TIPOS DE SEGUROS

Seguros Personales

Seguros de Daños o Patrimoniales

Seguros de Prestación de Servicios

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LOS CONTRATOS DE SEGUROS

Introducción

Situaciones Asegurables

Participantes en un Contrato de Seguro

Cuándo contratar un seguro

Aprendamos a contratar un seguro

La tramitación de un siniestro

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA

El vendedor

Tipos de vendedores

Características del buen vendedor

Cómo tener éxito en las ventas

Actividades del vendedor

Nociones de psicología aplicada a la venta

Consejos prácticos para mejorar la comunicación

Actitud y comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MOTIVACIONES PROFESIONALES

La motivación

Técnicas de motivación

Satisfacción en el trabajo

Remuneración comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 7. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL

¿Qué son las habilidades sociales?

Escucha activa

Lenguaje corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO. TÉCNICAS DE LA PERSONALIDAD

Inteligencias múltiples

Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoestima

Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorrespeto

Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertividad

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA

Introducción

Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional

El lenguaje emocional

Facilidades de la Inteligencia Emocional

Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral

Establecer objetivos adecuados

Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA VENTA Y SU DESARROLLO. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CLIENTE

Metodología que debe seguir el vendedor

Ejemplo de una preparación en la información e investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LA VENTA Y SU DESARROLLO. EL CONTACTO

Presentación

Cómo captar la atención

Argumentación

Contra objeciones

Demostración

Negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA NEGOCIACIÓN

Concepto de negociación

Bases fundamentales de los procesos de negociación

Tipos de negociacione

Las conductas de los buenos negociadores

Fases de la negociación

Estrategias de negociación

Tácticas de negociación

Cuestiones prácticas de negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 13. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA

Estrategias para cerrar la venta

Tipos de clientes; cómo tratarlos

Técnicas y tipos de cierre

Cómo ofrecer un excelente servicio postventa