

MÁSTER EN GESTIÓN INMOBILIARIA

FINA019

www.escuelafintech.com



Certificación universitaria internacional

Escuela asociada a:





DESTINATARIOS

El **Máster en Gestión Inmobiliaria** se dirige a todas aquellas personas interesadas en ampliar sus conocimientos en el ámbito de la gestión comercial de negocios y proyectos del sector inmobiliario. Con este Máster, el estudiante conocerá el mercado inmobiliario y sus características, así como las técnicas de prospección y localización de inmuebles o las técnicas de captación inmobiliaria. Una vez adquiridos estos conocimientos, el alumno estudiará el marco normativo y aprenderá a valorar inmuebles y alquileres mediante métodos que le permitirán calcular el valor de mercado o el precio del suelo. Con estas nociones, el alumno podrá elaborar informes de tasaciones. Para ello, estudiará los diferentes métodos de valoración y los diferentes tipos de informes. Por otro lado, el alumno también se capacitará para potenciar la rentabilidad de un negocio o proyecto inmobiliario diseñando un plan de marketing y comunicación. Además, también aprenderá a organizar la promoción comercial inmobiliaria, tanto en los puntos de venta como a través de distintos medios y soportes, como por ejemplo, a través de una página web.



MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

El alumno puede solicitar **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



DURACIÓN

La duración del curso es de 1500h.



IMPORTE

Importe Original: ~~4960€~~

Importe Actual: 980€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica la "MÁSTER EN GESTIÓN INMOBILIARIA", de FINTECH SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

El alumno tiene la opción de solicitar junto a su diploma un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además, podrá solicitar una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 60 ECTS.



CONTENIDO FORMATIVO

MÓDULO 1. CAPTACIÓN Y PROSPECCIÓN INMOBILIARIA

UNIDAD FORMATIVA 1. TÉCNICAS DE CAPTACIÓN E INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MERCADO INMOBILIARIO Y DISTRIBUCIÓN INMOBILIARIA

1. El sector inmobiliario
2. Características del mercado inmobiliario
3. La agencia inmobiliaria
4. Posicionamiento y estrategia de la agencia inmobiliaria en el mercado local

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE PROSPECCIÓN Y LOCALIZACIÓN DE INMUEBLES

1. La función de prospección del mercado inmobiliario
2. Rutas de prospección
3. Técnicas de localización de inmuebles
4. Calificación de los prospectos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TÉCNICAS DE CAPTACIÓN INMOBILIARIA

1. Técnicas de aproximación a los prospectos
2. Técnicas personales en la captación de encargos de intermediación
3. La Entrevista de Captación
4. Argumentario de captación y el tratamiento de objeciones
5. Otros recursos para la captación.
6. Documentación de la captación
7. El final de la captación.
8. Uso de los datos obtenidos en la captación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. TÉCNICAS DE INTERMEDIACIÓN Y NEGOCIACIÓN

1. Tipos de encargos de intermediación inmobiliaria
2. Negociación de los términos del encargo de mediación inmobiliaria
3. Acuerdos de captación en exclusiva
4. El contrato de exclusiva.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SISTEMAS DE GESTIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA

1. Características de los sistemas de gestión inmobiliaria
2. Sistemas de organización y archivo de la información captada
3. El trabajo en red inmobiliaria
4. Otras iniciativas emergentes en la gestión comercial inmobiliaria

UNIDAD FORMATIVA 2. VALORACIÓN DE INMUEBLES Y ALQUILERES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. VALORACIÓN DE INMUEBLES Y MARCO NORMATIVO

1. Objetivos y función de la valoración de inmuebles.
2. Conceptos básicos en la tasación de inmuebles
3. Principios de valoración
4. Fuentes de información de precios y alquileres
5. Tipos de valoración
6. Legislación aplicable a la tasación de inmuebles.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MÉTODOS DE VALORACIÓN DE INMUEBLES

1. Método de comparación para el cálculo del valor de mercado.
2. Método de capitalización de las rentas para el cálculo del valor en venta.
3. Método del coste.
4. Método residual para el precio del suelo.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. INFORME DE TASACIÓN DEL INMUEBLE

1. Tipos de informes
2. Estructura del informe de tasación del precio de un inmueble
3. Análisis e interpretación del informe de valoración del precio.

MÓDULO 2. COMERCIALIZACIÓN INMOBILIARIA

UNIDAD FORMATIVA 1. MARKETING Y PROMOCIÓN INMOBILIARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING Y COMUNICACIÓN EN EL SECTOR INMOBILIARIO

1. Conceptos básicos de marketing aplicados a la comercialización inmobiliaria.
2. El plan de marketing
3. El plan de medios y comunicación
4. Las acciones comerciales en el sector inmobiliario.
5. Las campañas publicitarias periódicas o puntuales.
6. Marketing directo
7. Telemarketing y gestión de relaciones con clientes (CRM).

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ORGANIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA

1. Los puntos de venta de inmuebles
2. Líneas de producto y estrategias de posicionamiento.
3. El proceso de decisión de compra.
4. Información gráfica de los productos inmuebles.
5. Documentación de la promoción comercial de inmuebles

UNIDAD DIDÁCTICA 3. MEDIOS Y SOPORTES DE PROMOCIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA

1. El diseño del mensaje comercial
2. Medios e instrumentos de promoción
3. Soportes de promoción inmobiliaria

UNIDAD FORMATIVA 2. VENTA PERSONAL INMOBILIARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA VENTA DE BIENES INMOBILIARIOS

1. Definición de la venta personal inmobiliaria.
2. Características de la venta inmobiliaria.
3. La venta de bienes de consumo vs las ventas de alto precio y riesgo.
4. Las características del cliente y el proceso de decisión del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE VENTA PERSONAL EN LA VENTA INMOBILIARIA

1. El proceso de venta.
2. Detección de necesidades y capacidad del cliente de productos o servicios inmobiliarios
3. Las técnicas de escucha activa
4. Presentación del producto inmobiliario.
5. Argumentación comercial
6. Técnicas de tratamiento de objeciones a la venta
7. El cierre de la venta inmobiliaria
8. Las técnicas del cierre.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN EN LA VENTA INMOBILIARIA

1. El control de recepción de los clientes potenciales.
2. Las visitas al inmueble.
3. Preparación de las condiciones básicas de la oferta de compra.
4. La asistencia a la firma del acuerdo.
5. El estudio del éxito y fracaso de las operaciones intentadas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ATENCIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES EN EL PROCESO DE VENTA

1. Conflictos y reclamaciones en la venta inmobiliaria
2. Normativa de protección al consumidor en el caso de la comercialización inmobiliaria
3. Gestión y resolución de reclamaciones
4. Ventajas y procedimiento.
5. Código deontológico y autorregulación de la comercialización inmobiliaria.

UNIDAD FORMATIVA 3. VENTA PERSONAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1. Las relaciones comerciales a través de Internet.
2. Utilidades de los sistemas «online».
3. Modelos de comercio a través de Internet.
4. Servidores «online».

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

1. El internauta como cliente potencial y real.
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
3. Tiendas virtuales.
4. Medios de pago en Internet.
5. Conflictos y reclamaciones de clientes.
6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

MÓDULO 3. ASESORAMIENTO INMOBILIARIO

UNIDAD FORMATIVA 1. GESTIÓN DOCUMENTAL Y LEGAL DE LA INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO JURÍDICO DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

1. Los Derechos reales.
2. Derechos personales sobre bienes inmuebles.
3. El Derecho real de hipoteca inmobiliaria.
4. El Registro de la Propiedad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. VIABILIDAD JURÍDICA DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

1. La propiedad y el dominio.
2. La Comunidad de bienes y el condominio.
3. Las Propiedades especiales.
4. La Propiedad horizontal.
5. El aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico.
6. La Ley de ordenación de la edificación.
7. El proceso de mediación e intermediación inmobiliaria

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTRATACIÓN EN LA ACTIVIDAD INMOBILIARIA

1. Elementos del contrato.
2. Condiciones de contratación.
3. Obligaciones y derechos para las partes en el contrato.
4. Tipos de contratos inmobiliarios.
5. Contratos relacionados con la construcción de edificios.
6. El contrato de mandato.
7. Coste de los procedimientos legales y gestión administrativa de la contratación.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATOS DE COMPRAVENTA Y ARRENDAMIENTO INMOBILIARIO

1. Tipos básicos de compraventa de vivienda
2. Otras compraventas inmobiliarias frecuentes
3. Análisis y redacción de contratos de compraventa.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATOS DE ARRENDAMIENTO INMOBILIARIO

1. Tipos de contratos de arrendamiento inmobiliario
2. Clausulado habitual
3. Análisis y redacción de contratos de arrendamientos.

UNIDAD FORMATIVA 2. FINANCIACIÓN DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS

1. Las entidades financieras y la actividad inmobiliaria.
2. La financiación de la compra de vivienda.
3. Las garantías financieras
4. El expediente de financiación de una operación bancaria.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FINANCIACIÓN MEDIANTE HIPOTECA

1. La Hipoteca
2. Condiciones de la Hipoteca
3. El sistema de cálculo o amortización de una hipoteca
4. Costes y Gastos de la Hipoteca
5. Costes bancarios en la vida del préstamo
6. Subrogación de los préstamos hipotecarios
7. Modificaciones de las hipotecas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LEASING Y OTRAS MODALIDADES DE FINANCIACIÓN

1. Arrendamiento financiero inmobiliario o Leasing
2. Venta más arrendamiento propio o sale and lease back
3. La Hipoteca Promotor

UNIDAD FORMATIVA 3. FISCALIDAD DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARCO FISCAL DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS

1. Elementos básicos en la tributación de las transmisiones inmobiliarias
2. Los Impuestos directos que afectan a los bienes inmuebles.
3. Los Impuestos indirectos sobre los bienes inmuebles (imposición indirecta)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LIQUIDACIÓN DE IMPUESTOS DE LAS OPERACIONES INMOBILIARIAS HABITUALES

1. Compraventa de vivienda
2. Otras compraventas
3. Desarrollo de la promoción inmobiliaria
4. La tributación de los Arrendamientos

MÓDULO 4. GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DETERMINACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

1. Definición y conceptos clave.
2. Establecimiento de los objetivos de venta
3. Predicción de los objetivos ventas.
4. El sistema de dirección por objetivos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RECLUTAMIENTO Y RETRIBUCIÓN DE VENDEDORES

1. El reclutamiento del vendedor
2. El proceso de selección de vendedores.
3. Sistemas de retribución de vendedores.
4. La acogida del vendedor en la empresa.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS

1. Dinamización y dirección de equipos comerciales.
2. Estilos de mando y liderazgo.
3. Las funciones de un líder.
4. La Motivación y reanimación del equipo comercial.
5. El líder como mentor.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ORGANIZACIÓN Y CONTROL DEL EQUIPO COMERCIAL

1. Evaluación del desempeño comercial
2. Las variables de control.

3. Los parámetros de control.
4. Los instrumentos de control
5. Análisis y evaluación del desempeño de los miembros del equipo comercial
6. Evaluación general del plan de ventas llevado a cabo y de la satisfacción del cliente.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FORMACIÓN Y HABILIDADES DEL EQUIPO DE VENTAS

1. Necesidad de la formación del equipo.
2. Modalidades de la formación,
3. La formación inicial del vendedor.
4. La formación permanente del equipo de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS EN EL EQUIPO COMERCIAL

1. Teoría del conflicto en entornos de trabajo.
2. Identificación del conflicto.
3. La resolución del conflicto.

MÓDULO 5. INGLÉS PROFESIONAL PARA ACTIVIDADES COMERCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR EN INGLÉS

1. Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes.
2. Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor:
3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores
5. Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA EN INGLÉS

1. Presentación de productos/servicios
2. Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores.
3. Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta

4. Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor.
5. Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica
6. Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes: presentación de productos/servicios, entre otros.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMUNICACIÓN COMERCIAL ESCRITA EN INGLÉS

1. Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica
2. Complimentación de documentación comercial básica en inglés
3. Redacción de correspondencia comercial
4. Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés.
5. Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés.
6. Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.
7. Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes