

Graduat en Administració i Gestió Immobiliària
Pla d'estudis de 1999

16411204
Tècniques de Venda i Negociació
(4,5 crèdits)

OBJECTIUS GENERALS

Proporcionar un nivell de coneixements bàsics sobre la funció de venda i comunicació de l'empresa immobiliària. Analitzant l'aplicació de les tècniques de negociació. També es pretén proporcionar a l'alumne els instruments i tècniques de comunicació necessàries per a la gestió de vendes de productes immobiliaris.

PROGRAMA ANALÍTIC

1. La comunicació

- 1.1 Els objectius de comunicació
- 1.2 El procés de comunicació
- 1.3 Els instruments de comunicació en màrqueting
- 1.4 Els condicionaments en l'elecció dels instruments de comunicació
- 1.5 El pressupost de comunicació

2. La publicitat immobiliària

- 2.1 El pla de publicitat
- 2.2 L'objectiu de la publicitat
- 2.3 La línia de campanya
- 2.4 La importància de la imatge de marca
- 2.5 Els mitjans publicitaris

3. La venda personal

- 3.1 Característiques de la venda personal
- 3.2 Organització de la força de vendes
- 3.3 El venedor immobiliari. Perfil
- 3.4 La venda immobiliària
- 3.5 Retribució de venedors. Sistemes de retribució

4. El procés negociador. Principis

- 4.1 La negociació
- 4.2 Principis de la negociació
- 4.3 Estils de negociació

5. El procés negociador. La preparació

- 5.1 Anàlisi: necessitats i poder
- 5.2 Planificació de la relació i de la informació
- 5.3 Estratègia

6. El procés negociador. Procés d'interacció

- 6.1 Presa de contacte
- 6.2 Plantejament
- 6.3 Generació d'opcions
- 6.4 Creació de l'acord
- 6.5 Tancament

7. Oficina Immobiliària.

- 7.1 Concepte i necessitat del PLV
- 7.2 Distribució de l'espai de venda
- 7.3 L'assortiment de productes immobiliaris
- 7.4 Gestió de base de dades

BIBLIOGRAFIA

Bibliografia bàsica Artal, M. (1999). *Dirección de Ventas. Organización del Departamento de Ventas y Gestión de Vendedores*. Esic Editorial. Madrid. Escudero, A. (1995). *Marketing Inmobiliario. Métodos y Técnicas de Comercialización*. Ed. Ciss Gestión, Valencia.

Bibliografia complementària

Artal, M. (1997). *El Vendedor Profesional*. Ed. Pirámide, Madrid. De Manuel t Martínez-Vilanova (1996). *Comunicación y Negociación Comercial*. Esic Editorial, Madrid. Forsyth, P. (1985). *El Funcionamiento Eficaz de la Oficina de Ventas*. Ed. Deusto, Bilbao. Kossen, S. (1992). *La Venta Creativa*, Díaz de Santos, Madrid. Lavalette, G. (1993). *La Nueva Dirección Comercial*. Ed. Deusto, Bilbao. Lidstone, J. (1986). *Posiciones y Argumentos entre Vendedor y Comprador*. Ed. Deusto, Bilbao. Rackham, N. (1990). *Cómo Vender Productos de Alta Inversión*, Ed. Norma, Bogotá. Siebel, B.A. (1996). *La Venta Virtual*, Paídos Empresa, Barcelona.

METODOLOGIA DOCENT

Classes magistral, lectura de publicacions i casos

AVALUACIÓ DE L'ALUMNE

Treball 100% desenvolupament d' un pla de comunicació

En el cas de no fer el treball l' exàmen final té una part pràctica 60% i una part teòrica 40%.

