



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

COMV0108 Actividades de Venta (Certificado de Profesionalidad Completo)





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de

19

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL

20% Beca
PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

COMV0108 Actividades de Venta (Certificado de Profesionalidad Completo)



DURACIÓN
590 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

TITULACIÓN de haber superado la FORMACIÓN NO FORMAL que le Acredita las Unidades de Competencia recogidas en el Certificado de Profesionalidad COMV0108 Actividades de Venta regulado en el regulado en el Real Decreto 1377/2008, de 1 de agosto, modificado por el Real Decreto 1522/2001 de 31 de octubre, el cual toma como referencia la Cualificación Profesional COM085_2 Actividades de Venta. De acuerdo a la Instrucción de 22 de marzo de 2022, por la que se determinan los criterios de admisión de la formación aportada por las personas solicitantes de participación en el procedimiento de evaluación y acreditación de competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral o vías no formales de formación. EUROINNOVA FORMACIÓN S.L. es una entidad participante del fichero de entidades del Sepe, Ministerio de Trabajo y Economía Social.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con Número de Documento XXXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de EUROINNOVA en la convocatoria de XXX

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXXXXX-XXXXXX

Con un nivel de aprovechamiento ALTO

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) del (año)La Dirección General
NOMBRE DEL DIRECTOR ACADÉMICO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

La presente formación es parte del Plan de Formación de EuroInnova y se imparte en el marco de un convenio de colaboración con el Centro Asociado de Estudios de Negocios. El presente documento certifica el haber superado los estudios correspondientes a la acción formativa de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de EuroInnova en la convocatoria de XXX. Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXXXXX-XXXXXX. El presente documento es válido para acreditar el haber superado los estudios correspondientes a la acción formativa de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de EuroInnova en la convocatoria de XXX. Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Descripción

Vivimos en una sociedad de consumo en la que se valora cada vez más el hecho de vender, pues esto es satisfacer las necesidades del cliente, las cuales, a su vez, cada vez van siendo mayores y más complejas. Por ello, es importante adquirir conocimientos para ejecutar las actividades de venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización estableciendo relaciones con el cliente de la manera más satisfactoria, alcanzando los objetivos propuestos por la organización y estableciendo vínculos que propicien la fidelización del cliente de forma satisfactoria.

Objetivos

- Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- Realizar las operaciones auxiliares a la venta.
- Ejecutar las acciones del servicio de atención al cliente/consumidor/usuario.
- Comunicarse en inglés con un nivel de usuario independiente, en actividades comerciales.

A quién va dirigido

Este curso está dirigido a profesionales del mundo de las ventas que quieran potenciar las estrategias de distribución, publicidad,.... Ya sean profesionales o no de este ámbito comercial, el curso se dirige a todas aquellas personas interesadas ampliar sus habilidades y conocimientos en cuanto a actividades

[Ver en la web](#)

EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

de venta.

Para qué te prepara

La presente formación se ajusta al itinerario formativo del Certificado de Profesionalidad COMV0108 Actividades de Venta certificando el haber superado las distintas Unidades de Competencia en él incluidas, y va dirigido a la acreditación de las Competencias profesionales adquiridas a través de la experiencia laboral y de la formación no formal, vía por la que va a optar a la obtención del correspondiente Certificado de Profesionalidad, a través de las respectivas convocatorias que vayan publicando las distintas Comunidades Autónomas, así como el propio Ministerio de Trabajo (Real Decreto 1224/2009 de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral).

Salidas laborales

Este profesional ejercerá su actividad en cualquier sector productivo en el área de comercialización: - En establecimientos comerciales pequeños, medianos o grandes trabajará por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales. - En la comercialización de productos y servicios por cuenta propia y ajena fuera del establecimiento comercial. - En PYMES y empresas industriales en el departamento comercial. - En el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario de: Organismos públicos o Empresas grandes y medianas industriales y comerciales.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

MÓDULO 1. MF0239_2 OPERACIONES DE VENTA

UNIDAD FORMATIVA 1. UF0030 ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1. - Estructura del entorno comercial:
 2. - Sector comercio: comercio al por menor y al por mayor.
 3. - Comercialización en otros sectores: el departamento comercial y el departamento de ventas.
 4. - Agentes: Fabricantes, distribuidores, representantes comerciales y consumidores.
 5. - Relaciones entre los agentes.
1. Fórmulas y formatos comerciales.
 1. - Tipos de venta: presencial y no presencial.
 2. - Representación comercial: representantes y agentes comerciales.
 3. - Distribución comercial: Grandes superficies, centros comerciales.
 4. - Franquicias.
 5. - Asociacionismo.
 2. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial.
 3. Estructura y proceso comercial en la empresa.
 4. Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales.
 1. - Normativa general sobre comercio:
 2. - Ley de Ordenación del Comercio Minorista.
 3. - Ventas especiales
 4. - Venta con y sin establecimiento
 5. - Normativa local en el comercio minorista: horarios de apertura y otros.
 5. Derechos del consumidor:
 1. - Tipos de derechos del consumidor
 2. - Devoluciones
 3. - Garantía: responsabilidades del distribuidor y del fabricante

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1. El vendedor profesional.
 1. - Tipos de vendedor: visitador, agente comercial, vendedor técnico, dependiente u otros.
 2. - Tipos de vendedor en el plano jurídico: agentes, representantes y distribuidores.
 3. - Perfil: habilidades, aptitudes y actitudes personales.
 4. - Formación de base y perfeccionamiento del vendedor.
 5. - Autoevaluación, control y personalidad. Desarrollo personal y autoestima.
 6. - Carrera profesional e incentivos profesionales.
2. Organización del trabajo del vendedor profesional.
 1. - Planificación del trabajo: la agenda comercial.
 2. - Gestión de tiempos y rutas: anual, mensual y semanal.
 3. - La visita comercial. La venta fría.

4. - Argumentario de ventas: concepto y estructura.
 5. - Prospección y captación de clientes y tratamiento de la información comercial derivada.
 6. - Gestión de la cartera de clientes. Las aplicaciones de gestión de las relaciones con clientes (CRM "Customer Relationship Management")
 7. - Planning de visitas: Previsión de tiempos, cadencia y gestión de rutas.
3. Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DOCUMENTACIÓN PROPIA DE LA VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

1. Documentos comerciales:
 1. - Documentación de los clientes: fichas y documentos con información del cliente en general.
 2. - Documentación de los productos y servicios: catálogos, folletos publicitarios u otros.
 3. - Documentos de pago: cheques, pagares, transferencias y letras.
2. Documentos propios de la compraventa:
 1. - Orden de pedido.
 2. - Factura.
 3. - Recibo.
 4. - Justificantes de pago.
3. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial.
4. Elaboración de la documentación:
 1. - Elementos y estructura de la documentación comercial.
 2. - Orden y archivo de la documentación comercial.
5. Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CÁLCULO Y APLICACIONES PROPIAS DE LA VENTA

1. Operativa básica de cálculo aplicado a la venta:
 1. - Sumas, restas, multiplicaciones y divisiones.
 2. - Tasas, porcentajes.
2. Cálculo de PVP (Precio de venta al público):
 1. - Concepto.
 2. - Precio mínimo de venta.
 3. - Precio competitivo.
3. Estimación de costes de la actividad comercial:
 1. - Costes de fabricación y costes comerciales.
 2. - Costes de visitas y contacto.
 3. - Promociones comerciales y animación: coste y rentabilidad
4. Fiscalidad:
 1. - IVA
 2. - Impuestos especiales.
5. Cálculo de descuentos y recargos comerciales.
6. Cálculo de rentabilidad y margen comercial.
7. Cálculo de comisiones comerciales.
8. Cálculo de cuotas y pagos aplazados: intereses.
9. Aplicaciones de control y seguimiento de pedidos, facturación y cuentas de clientes.
 1. - Control y seguimiento de costes márgenes y precios.
10. Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta:

1. - Funciones de cálculo del TPV (Terminal Punto de venta)
2. - Hojas de cálculo y aplicaciones informáticas de gestión de la información comercial.
3. - Utilización de otras aplicaciones para la venta.

UNIDAD FORMATIVA 2. UF0031 TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA

1. Tipos de venta:
 1. - La venta presencial y no presencial: similitudes y diferencias.
 2. - La venta fría.
 3. - La venta en establecimientos.
 4. - La venta sin establecimiento.
 5. - La venta no presencial: venta telefónica, Internet, catálogo, televenta otras.
2. Fases del proceso de venta:
 1. - Aproximación al cliente, desarrollo y cierre de la venta
 2. - Fases de la venta no presencial. Diferencias y similitudes con la venta presencial.
3. Preparación de la venta:
 1. - Conocimiento del producto
 2. - Conocimiento del cliente.
4. Aproximación al cliente:
 1. - Detección de necesidades del consumidor:
 2. - Clasificación de las necesidades según distintos tipos de criterios.
 3. - Hábitos y comportamiento del consumidor: variables internas y externas que influyen en el consumidor.
 4. - El proceso de decisión de compra.
 5. - Comportamiento del vendedor y consumidor en el punto de venta: perfiles y motivaciones.
 6. - Observación y clasificación del cliente.
5. Análisis del producto/servicio:
 1. - Tipos de productos según el punto de venta y establecimiento.
 2. - Atributos y características de productos y servicios: Características técnicas, comerciales y psicológicas.
6. Características del producto según el CVP (Ciclo del vida de producto)
 1. - Formas de presentación: envases y empaquetado.
 2. - Condiciones de utilización.
 3. - Precio. Comparaciones.
 4. - Marca.
 5. - Publicidad.
7. El argumentario de ventas:
 1. - Información del producto al profesional de la venta.
 2. - El argumentario del fabricante.
 3. - Selección de argumentos de venta.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1. Presentación y demostración del producto/servicio.
 1. - Concepto
 2. - Tipos de presentación de productos

3. - Diferencias entre productos y servicios.
2. Demostraciones ante un gran número de clientes.
 1. - Diferencias entre presentaciones a un pequeño y gran número de interlocutores.
 2. - Criterios a considerar en el diseño de las presentaciones.
 3. - Aplicaciones de presentación.
3. Argumentación comercial:
 1. - Tipos y formas de argumentos.
 2. - Tipos y forma de objeciones.
4. Técnicas para la refutación de objeciones.
5. Técnicas de persuasión a la compra.
6. Ventas cruzadas:
 1. - Ventas adicionales.
 2. - Ventas sustitutivas.
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta:
 1. - Aptitudes del comunicador efectivo: asertividad, persuasión, empatía e inteligencia emocional.
 2. - Barreras y dificultades de la comunicación comercial presencial.
 3. - La comunicación no verbal: la transmisión de información a través del comportamiento y el cuerpo.
 4. - Técnicas para la comunicación no verbal a través del cuerpo: manos, mirada, posición, espacio entre interlocutores u otros.
8. Técnicas de comunicación no presenciales:
 1. - Recursos y medios de comunicación no presencial.
 2. - Barreras en la comunicación no presencial.
 3. - Técnicas de comunicación no presencial: La sonrisa telefónica.
 4. - La comunicación comercial escrita: Cartas y documentación comercial escrita.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La confianza y las relaciones comerciales:
 1. - Fidelización de clientes. Concepto y ventajas.
 2. - Relaciones con el cliente y calidad del servicio: clientes prescriptores.
 3. - Servicios post-venta.
2. Estrategias de fidelización:
 1. - Marketing relacional.
 2. - Tarjetas de puntos.
 3. - Promociones.
3. Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing.
4. Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE LA VENTA.

1. Conflictos y reclamaciones en la venta:
 1. - Tipología: Quejas y Reclamaciones.
 2. - Diferencias y consecuencias.
2. Gestión de quejas y reclamaciones.
 1. - Normativa de protección al consumidor.
 2. - Derechos de los consumidores: responsabilidad de intermediarios y distribuidores.
 3. - Documentación y pruebas.

4. - Las hojas de reclamaciones: elementos y cumplimentación.
 5. - Tramitación: procedimiento y consecuencias de las reclamaciones.
 6. - OMIC: Oficinas municipales de información al consumidor.
3. Resolución de reclamaciones:
1. - Respuestas y usos habituales en el sector comercial.
 2. - Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento.
 3. - Juntas arbitrales de consumo.

UNIDAD FORMATIVA 3. UF0032 VENTA ONLINE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1. Las relaciones comerciales a través de Internet:
 1. - B2B,
 2. - B2C,
 3. - B2A.
2. Utilidades de los sistemas online:
 1. - Navegadores: Uso de los principales navegadores
 2. - Correo electrónico.
 3. - Mensajería instantánea.
 4. - Teletrabajo.
 5. - Listas de distribución y otras utilidades: gestión de la relación con el cliente online.
3. Modelos de comercio a través de Internet.
 1. - Ventajas
 2. - Tipos
 3. - Eficiencia y eficacia.
4. Servidores online:
 1. - Servidores gratuitos.
 2. - Coste y rentabilidad de la comercialización online...

UNIDAD DIDÁCTICA 2. DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

1. El internauta como cliente potencial y real.
 1. - Perfil del internauta.
 2. - Comportamiento del cliente internauta.
 3. - Marketing viral: aplicaciones y buenas conductas.
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
 1. - Partes y elementos del diseño de páginas web.
 2. - Criterios comerciales en el diseño de páginas web.
 3. - Usabilidad de la página web.
3. Tiendas virtuales:
 1. - Tipología de tiendas virtuales.
 2. - El escaparate virtual.
 3. - Visitas guiadas.
 4. - Acciones promocionales y banners.
4. Medios de pago en Internet:
 1. - Seguridad y confidencialidad.
 2. - TPV virtual,
 3. - transferencias,

4. - cobros contrareembolso.
5. Conflictos y reclamaciones de clientes:
 1. - Gestión online de reclamaciones.
 2. - Garantías de la comercialización online.
 3. - Buenas prácticas en la comercialización online.
6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

MÓDULO 2. MF0241_2 INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR/USUARIO

UNIDAD FORMATIVA 1. UF0036 GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Concepto y características de la función de atención al cliente:
 1. - Empresas fabricantes.
 2. - Empresas distribuidoras.
 3. - Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente.
 4. - El defensor del cliente: pautas y tendencias.
2. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
 1. - Organización funcional de las empresas: Organigrama
 2. - Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas.
3. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
 1. - Naturaleza.
 2. - Efectos.
 3. - Normativa: productos y ámbitos regulados.
4. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
 1. - Marketing relacional.
 2. - Relaciones con clientes.
 3. - Canales de comunicación con el cliente: tanto presenciales como no presenciales.
 4. - Obtención y recogida de información del cliente.
5. Variables que influyen en la atención al cliente:
 1. - Posicionamiento e imagen.
 2. - Relaciones públicas.
6. La información suministrada por el cliente.
 1. - Análisis comparativo.
 2. - Naturaleza de la información.
 3. - Cuestionarios.
 4. - Satisfacción del cliente.
 5. - Averías.
 6. - Reclamaciones.
7. Documentación implicada en la atención al cliente.
 1. - Servicio Post venta.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Procesos de calidad en la empresa.
2. Concepto y características de la calidad de servicio.
 1. - Importancia.

2. - Objeto.
3. - Calidad y satisfacción del cliente.
3. Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.
 1. - Elementos de control.
 2. - Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente.
 3. - Medidas correctoras.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE

1. Ordenación del Comercio Minorista:
 1. - Contenido
 2. - Implicaciones en la atención a clientes.
2. Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
 1. - Contenido.
 2. - Implicaciones.
3. Protección de Datos:
 1. - Contenido
 2. - Implicaciones en las relaciones con clientes.
4. Protección al consumidor:
 1. - Ley General de Defensa de los consumidores y usuarios.
 2. - Regulación autonómica y local de protección al consumidor.

UNIDAD FORMATIVA 2. UF0037 TÉCNICAS DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

1. Información del cliente:
 1. - Quejas.
 2. - Reclamaciones.
 3. - Cuestionarios de satisfacción.
2. Archivo y registro de la información del cliente:
 1. - Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo.
 2. - Elaboración de ficheros.
3. Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa.
4. Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario.
5. Estructura y funciones de una base de datos.
 1. - Tipos de bases de datos.
 2. - Bases de datos documentales.
 3. - Utilización de bases de datos: búsqueda y recuperación de archivos y registros.
 4. - Grabación, modificación y borrado de información.
 5. - Consulta de información.
6. Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.
 1. - Procedimientos de protección de datos.
7. Confección y presentación de informes.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

1. Modelo de comunicación interpersonal:

1. - Elementos: objetivos, sujetos y contenidos.
 2. - Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo.
 3. - Comunicación presencial y no presencial.
 4. - Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades
2. Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial.
 3. Expresión verbal:
 1. - Calidad de la información.
 2. - Formas de presentación.
 3. - Expresión oral: dicción y entonación.
 4. Comunicación no verbal
 1. - Comunicación corporal.
 5. Empatía y asertividad:
 1. - Principios básicos
 2. - Escucha activa.
 6. Comunicación no presencial:
 1. - Características y tipología.
 2. - Barreras y dificultades: Modelos de comunicación telefónica.
 3. - Expresión verbal a través del teléfono.
 4. - Comunicación no verbal: La sonrisa telefónica
 5. - Reglas de la comunicación telefónica.
 6. - El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: El lenguaje positivo
 7. Comunicación escrita:
 1. - Cartas, faxes.
 2. - Correo electrónico: elementos clave.
 3. - Mensajería instantánea: características.
 4. - Comunicación en las redes (Intra/Internet).

MÓDULO 3. MF0240_2 OPERACIONES AUXILIARES A LA VENTA

UNIDAD FORMATIVA 1. UF0033 APROVISIONAMIENTO Y ALMACENAJE EN LA VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE STOCKS E INVENTARIOS

1. Características y conservación de productos
 1. - Condiciones de conservación de productos
 2. - Cualidades básicas
 3. - Productos especiales. Normativa aplicable
 4. - Embalaje y conservación
2. Clasificación de stocks: Clasificación ABC
3. Rotación de productos: concepto
 1. - Ruptura de stocks: repercusiones comerciales
 2. - Stock de seguridad: concepto y cálculo
 3. - Stock óptimo: concepto y cálculo
 4. - Periodicidad y métodos a punto de pedido
4. Inventario
 1. - Finalidad
 2. - Principios y métodos de valoración de inventario: LIFO y FIFO
 3. - Inventario físico y contable
5. La pérdida desconocida: concepto y causas

6. Gestión del aprovisionamiento
 1. - Conceptos básicos. Entradas y salidas
 2. - Fichas de almacén
 3. - Registro de información: etiquetas de producto
 4. - Codificación y trazabilidad
7. Control de inventarios
 1. - Ratios de control de stock
8. Innovaciones tecnológicas
 1. - Herramientas informáticas para la gestión del almacén: hardware y software

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ALMACENAJE Y DISTRIBUCIÓN INTERNA DE PRODUCTOS

1. El almacén: concepto y finalidad
2. Proceso organizativo del almacenamiento de productos
 1. - Sistemas de almacenaje
 2. - Bloques apilados
 3. - Sistema convencional.4. Sistema compacto
 4. - Sistema dinámico
3. Criterios de almacenaje
 1. - Tipos
 2. - Ubicación
 3. - Apilamiento
 4. - Ventajas e inconvenientes
4. Distribución interna y plano del almacén
5. Seguridad y prevención de riesgos en el almacén
 1. - Actuación en caso de accidentes
 2. - Medidas de seguridad e higiene
 3. - Recomendaciones en el almacén comercial: Manual de seguridad

UNIDAD FORMATIVA 2. UF0034 ANIMACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO EN EL PUNTO DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

1. Conceptos básicos de la organización y distribución de espacios comerciales: la implantación de productos.
2. Criterios de implantación del producto:
 1. - Zonas: venta, exposición, circulación, almacenaje y caja.
 2. - Secciones y las familias de productos: categorías de productos
3. Comportamiento del cliente en el punto de venta:
 1. - Entrada.
 2. - Circulación y recorrido.
 3. - Salida.
4. Espacio comercial:
 1. - Pasillos,
 2. - Secciones y
 3. - Escaparate.
5. Gestión del lineal:
 1. - Determinación del surtido: amplio, profundo, estructurado.

2. - Promociones y productos gancho, productos líderes, productos de marca, productos estacionales y permanentes.
3. - Facing: concepto.
4. - Rotación de productos en el lineal: concepto y cálculo.
5. - Reposición: concepto y repercusiones del desabastecimiento del lineal.
6. Distribución de familias de artículos en el lineal.
7. Orden y limpieza en el punto de venta.
8. Normas de seguridad e higiene en el punto de venta.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ANIMACIÓN BÁSICA EN EL PUNTO DE VENTA

1. Factores básicos de animación del punto de venta:
 1. - Mobiliario.
 2. - Decoración.
 3. - Iluminación.
 4. - Color.
 5. - Sonorización.
 6. - Señalización u otros.
2. Equipo y mobiliario comercial básico.
 1. - Góndola,
 2. - Expositores,
 3. - Vitrinas,
 4. - Elementos: cabecera y lineal.
 5. - Montaje y mantenimiento: normas de seguridad e higiene.
3. Presencia visual de productos en el lineal.
 1. - Colocación del producto: optimización del lineal.
 2. - Información del producto en el establecimiento.
 3. - Normativa legal vigente: precio y promociones.
4. Calentamiento de zonas frías en el punto de venta:
 1. - Zonas frías y calientes.
 2. - Métodos de calentamiento.
5. La publicidad en el lugar de venta:
 1. - Indicadores visuales.
 2. - Expositores
 3. - Carteles
 4. - Displays
 5. - Letreros luminosos
6. Cartelística en el punto de venta:
 1. - Principales tipos de carteles.
 2. - Función y notoriedad.
 3. - Técnicas básicas de rotulación.
 4. - Aplicaciones gráficas y de edición a nivel usuario
7. Máquinas expendedoras: Vending.
 1. - Gestión de la venta de máquinas expendedoras.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENTACIÓN Y EMPAQUETADO DE PRODUCTOS PARA LA VENTA

1. Empaquetado comercial:
 1. - Tipos y finalidad de empaquetados.

2. - Envase de presentación: características.
 3. - Envoltorio para regalo: características.
 4. - Empaquetados de campañas comerciales.
 5. - Empaquetado de conservación.
 6. - La bolsa: tipos y características.
2. Técnicas de empaquetado y embalado comercial.
 1. - Materiales de empaquetado.
 2. - Productos simétricos.
 3. - Productos redondos.
 4. - Otros productos.
 3. Utilización de materiales para el empaquetado:
 1. - Papel.
 2. - Tijeras y otros.
 3. - Optimización de uso de materiales: eficiencia y calidad.
 4. Colocación de adornos adecuados a cada campaña y tipo de producto.
 5. Plantillas y acabados.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ELABORACIÓN DE INFORMES COMERCIALES SOBRE LA VENTA

1. Conceptos y finalidad de informes de ventas.
2. Estructura de un informe:
 1. - Composición.
 2. - Esquema: Organización de contenido.
3. Elaboración de informes comerciales
 1. - Surtido: Rotura, defectos, excedentes.
 2. - Demanda: Detección de necesidades, productos.
 3. - El cliente: Segmentos, nuevas líneas de negocio.
 4. - Presentación gráfica de datos comerciales: volumen de ventas, visitas u otras.

UNIDAD FORMATIVA 3. UF0035 OPERACIONES DE CAJA EN LA VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CAJA Y TERMINAL PUNTO DE VENTA

1. Caja y equipos utilizados en el cobro y pago de operaciones de venta:
 1. - Funcionamiento.
 2. - Características.
2. Sistemas Tradicionales:
 1. - Caja Registradora
 2. - Datáfono
3. Elementos y características del TPV.
4. Apertura y cierre del TPV.
5. Scanner y lectura de la información del producto.
6. Otras funciones auxiliares del TPV.
7. Lenguajes comerciales: codificación de la mercancía, transmisión electrónica de datos (Sistema EDI u otros).
8. Descuentos, promociones, vales en el TPV.
9. Utilización del TPV (Terminal punto de venta).

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PROCEDIMIENTOS DE COBRO Y PAGO DE LAS OPERACIONES DE VENTA

1. Caracterización de los sistemas y medios de cobro y pago:
 1. - Efectivo.
 2. - Transferencia y domiciliación bancaria.
 3. - Tarjeta de crédito y débito,
 4. - Pago contrareembolso,
 5. - Pago mediante teléfonos móviles, u otros.
 6. - Medios de pago online y seguridad del comercio electrónico.
2. Los justificantes de pago:
 1. - El recibo: elementos y características.
 2. - Justificante de transferencias.
3. Diferencias entre factura y recibo.
 1. - Obligaciones para el comerciante y establecimiento comercial.
4. Diferencias entre factura y recibo.
 1. - Obligaciones para el comerciante y establecimiento comercial.
5. Devoluciones y vales.
 1. - Normativa.
 2. - Procedimientos internos de gestión.
6. Registro de las operaciones de cobro y pago.
7. Arqueo de caja:
 1. - Concepto y finalidad.
8. Recomendaciones de seguridad e higiene postural en el TPV.

MÓDULO 4. 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:
 1. - saludos,
 2. - presentaciones y
 3. - fórmulas de cortesía habituales.
3. Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial oral y escrita.
4. Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores:
 1. - Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de clientes.
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:
 1. - características de productos/servicios,
 2. - medidas,
 3. - cantidades,
 4. - servicios añadidos,
 5. - condiciones de pago y
 6. - servicios postventa, entre otros.
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:

1. - instrucciones de uso,
 2. - precio,
 3. - descuentos y
 4. - recargos entre otros.
4. Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor.
 5. Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica:
 1. - Fórmulas habituales en el argumentario de venta.
 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:
 1. - pedidos,
 2. - facturas,
 3. - recibos y
 4. - hojas de reclamación.
2. Complimentación de documentación comercial básica en inglés:
 1. - hojas de pedido,
 2. - facturas,
 3. - ofertas y
 4. - reclamaciones entre otros.
3. Redacción de correspondencia comercial:
 1. - Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
 2. - Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, respuesta a las reclamaciones, solicitud de prórroga y sus respuestas.
 3. - Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga.
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:
 1. - Internet,
 2. - fax,
 3. - correo electrónico,
 4. - carta u otros análogos.

¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

¡Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 900 831 200

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.edu.es

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group