



## COMV0108 Actividades de Venta

## COMV0108 Actividades de Venta

**Duración:** 590 horas

**Precio:** consultar euros.

**Modalidad:** A distancia

### 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.

## 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, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/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.



## 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:

### UNIDAD FORMATIVA 1. UF0030 ORGANIZACIÓN DE PROCESOS DE VENTAS DE VENTA

#### UNIDAD DIDÁCTICA 1. ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1. Fórmulas y formatos comerciales.
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.
5. Derechos del consumidor.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1. El vendedor profesional.
2. Organización del trabajo del vendedor profesional.
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:
2. Documentos propios de la compraventa:
3. Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial.
4. Elaboración de la documentación:
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:
2. Cálculo de PVP (Precio de venta al público):
3. Estimación de costes de la actividad comercial:
4. Fiscalidad:
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.
10. Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta:

## UNIDAD FORMATIVA 2. UF0031 TÉCNICAS DE VENTA

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA

1. Tipos de venta:
2. Fases del proceso de venta:
3. Preparación de la venta:
4. Aproximación al cliente:
5. Análisis del producto/servicio:
6. Características del producto según el CVP (Ciclo del vida de producto)
7. El argumentario de ventas:

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1. Presentación y demostración del producto/servicio.
2. Demostraciones ante un gran número de clientes.
3. Argumentación comercial:
4. Técnicas para la refutación de objeciones.
5. Técnicas de persuasión a la compra.
6. Ventas cruzadas:
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta:
8. Técnicas de comunicación no presenciales:

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La confianza y las relaciones comerciales:
2. Estrategias de fidelización:
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:
2. Gestión de quejas y reclamaciones.
3. Resolución de reclamaciones:

## UNIDAD FORMATIVA 3. UF0032 VENTA ONLINE

### 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.

## UNIDAD FORMATIVA 1. UF0033 APROVISIONAMIENTO Y ALMACENAJE EN LA VENTA: S A LA VENTA

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. GESTIÓN DE STOCKS E INVENTARIOS

1. Características y conservación de productos:
2. Clasificación de stocks: Clasificación ABC.

## UNIDAD DIDÁCTICA 2. ROTACIÓN DE PRODUCTOS: CONCEPTO.

1. Inventario:
2. La pérdida desconocida: concepto y causas.
3. Gestión del aprovisionamiento:
4. Control de inventarios:
5. Innovaciones tecnológicas:

## UNIDAD DIDÁCTICA 3. ALMACENAJE Y DISTRIBUCIÓN INTERNA DE PRODUCTOS

1. El almacén: concepto y finalidad.
2. Proceso organizativo del almacenamiento de productos:
3. Criterios de almacenaje:
4. Distribución interna y plano del almacén.
5. Seguridad y prevención de riesgos en el almacén:

## 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:
3. Comportamiento del cliente en el punto de venta:
4. Espacio comercial:
5. Gestión 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:
2. Equipo y mobiliario comercial básico.
3. Presencia visual de productos en el lineal.
4. Calentamiento de zonas frías en el punto de venta:
5. La publicidad en el lugar de venta:
6. Cartelística en el punto de venta:
7. Máquinas expendedoras: Vending.

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

1. Empaquetado comercial:
2. Técnicas de empaquetado y embalado comercial.
3. Utilización de materiales para el empaquetado:
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:
3. Elaboración de informes comerciales

## 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:
2. Elementos y características del TPV.
3. Apertura y cierre del TPV.
4. Scanner y lectura de la información del producto.

5. Otras funciones auxiliares del TPV.
6. Lenguajes comerciales: codificación de la mercancía, transmisión electrónica de datos (Sistema EDI u otros).
7. Descuentos, promociones, vales en el TPV.
8. Utilización del TPV (Terminal punto de venta).
9. Caracterización de los sistemas y medios de cobro y pago:

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

1. Los justificantes de pago:
2. Diferencias entre factura y recibo.
3. Diferencias entre factura y recibo.
4. Devoluciones y vales.
5. Registro de las operaciones de cobro y pago.
6. Arqueo de caja:
7. Recomendaciones de seguridad e higiene postural en el TPV.

## 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:
2. Dependencia funcional del departamento de atención al cliente:
3. Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente:
4. El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente:
5. Variables que influyen en la atención al cliente:
6. La información suministrada por el cliente.
7. Documentación implicada en la atención al cliente.

### 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.
3. Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente.

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

1. Ordenación del Comercio Minorista:
2. Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico
3. Protección de Datos:
4. 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:
2. Archivo y registro de la información del cliente:
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.
6. Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes.
7. Confección y presentación de informes.

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES

1. Modelo de comunicación interpersonal:
2. Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial.
3. Expresión verbal:
4. Comunicación no verbal
5. Empatía y asertividad:
6. Comunicación no presencial:
7. Comunicación escrita:



## UNIDAD DIDÁCTICA 1. ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR EN INGLÉS AL PARA ACTIVIDADES

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.