

- Redacción de correspondencia comercial:
 - Ofertas y presentación de productos por correspondencia.
 - Cartas de reclamación o relacionadas con devoluciones, respuesta a las reclamaciones, solicitud de prórroga y sus respuestas.
 - Cartas relacionadas con los impagos en sus distintas fases u otros de naturaleza análoga.
- Estructura y fórmulas habituales en la elaboración de documentos de comunicación interna en la empresa en inglés.
- Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés.
- Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta.
- Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes:
 - Internet,
 - fax,
 - correo electrónico,
 - carta u otros análogos.

Criterios de acceso para los alumnos

Serán los establecidos en el artículo 4 del Real Decreto que regula el certificado de profesionalidad de la familia profesional al que acompaña este anexo.

MÓDULO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES NO LABORALES DE GESTIÓN COMERCIAL DE VENTAS

Código: MP0421

Duración: 80 horas

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Obtener, registrar y extraer la información y datos económicos de distintas operaciones, carteras de productos y clientes utilizando aplicaciones informáticas, de tal manera que queden garantizados tanto su integridad, actualización periódica, almacenamiento y operatividad en la toma de decisiones en la organización.

CE1.1 Registrar y ordenar la información de procesos comerciales, captación y venta, utilizando aplicaciones informáticas que garanticen su integración y actualización permanente.

CE1.2 Aplicar las técnicas de archivo convencional para la organización de la información y documentación de la actividad:

- Elaborar un fichero de clientes, proveedores, relaciones comerciales, agentes comerciales, productos, competidores u otros cumplimentando los datos requeridos aplicando criterios de eficacia, claridad y orden.
- Procesar y clasificar la información contenida en las fichas identificando las características comunes de las empresas y productos disponibles.

CE1.3 Diseñar una tabla u hoja de cálculo, utilizando aplicaciones informáticas habituales, con los criterios e información de operaciones, productos y clientes que permita extraer, de forma eficaz y eficiente información y datos para su comunicación a terceros: comerciales, colaboradores externos, medios publicitarios y compradores potenciales entre otros.

CE1.4 A partir de la información de varios productos y clientes:

- Registrar la información en una base de datos y/o sistema informático.
- Ordenar la información registrada de forma eficaz para la gestión comercial de ventas.
- Procesar la información elaborando tablas y gráficos con la información.
- Vincular la información de los productos con imágenes, fotos o videos de los mismos.
- Extraer de forma eficaz y eficiente información y datos en una aplicación informática para distintos usos y finalidades comerciales.

CE1.5 A partir de la información de ventas y en el caso de una situación concreta de la empresa y para un momento determinado:

- Presentar los datos económicos básicos, agrupándolos por periodos: diarios, semanales, mensuales y anuales.
- Calcular las tasas semanales, trimestrales, semestrales y anuales de crecimiento de esas ventas y desviaciones respecto de la previsión.
- Argumentar la situación de ventas en las que nos encontramos y sus consecuencias probables.
- Estimar la previsión de ventas para los periodos posteriores aplicando técnicas de inferencia sencillas, tanto globalmente como por territorios, por productos o por gamas, entre otros.

C2: Elaborar y cumplimentar los principales documentos administrativos, comerciales, contables y fiscales usados en la práctica de la actividad comercial.

CE2.1 Discriminar entre los distintos procesos de información documental que genera la actividad comercial de la empresa identificando con precisión los flujos de comunicación internos y externos y los circuitos documentales que genera su actividad comercial, señalando en cada caso la finalidad e importancia de esos documentos e informes como soporte de las actuaciones comerciales de la empresa.

CE2.2 Cumplimentar los distintos modelos de documentos y/o contratos de encargo de intermediación y compraventa, que se pueden presentar en actividades comerciales y de una agencia comercial.

CE2.3 Aplicar el tratamiento administrativo-contable de los documentos relativos a la gestión del proceso comercial tiene para la empresa.

CE2.4 Discriminar y cumplimentar la documentación-tipo relativa a créditos, aval bancario y otros instrumentos y productos financieros de acuerdo a la normativa vigente y necesidades de financiación de las partes de la operación comercial.

CE2.5 Cumplimentar los distintos tipos de documentación y correspondencia comercial y oficial utilizados concretamente en la empresa utilizando tanto las aplicaciones informáticas como los sistemas manuales, manteniendo el orden adecuado y cumpliendo las normas básicas de seguridad y confidencialidad, entre otros de:

- hojas de pedido,
- contratos de compraventa
- recibos
- notas de gastos
- albaranes
- cartas y facturas
- medios de cobro y pago
- libros de registro
- sistema de informes.

CE2.6 Calcular la cuota de los distintos tipos de tributos aplicando la normativa fiscal vigente que gravan las operaciones comerciales.

CE2.7 Cumplimentar los impresos oficiales para la declaración y cumplimiento de las obligaciones fiscales con especial referencia a la declaración de IVA e IRPF.

C3: Realizar y cerrar distintos tipos de operaciones de venta, presenciales y no presenciales, con distintos tipos de clientes, tanto en lengua propia como inglesa, y con distintos tipos de productos y servicios, aplicando las técnicas de venta que favorecen unas relaciones cordiales y de confianza con el cliente.

CE3.1 Adoptar las cualidades actitudes que debe desarrollar un profesional de la venta en las relaciones comerciales tanto presencial como no presencial.

CE3.2 Diferenciar las variables que intervienen en la conducta y las motivaciones de compra de los clientes observándolos con atención y clasificándolos según los hábitos de comportamiento del consumidor conocidos.

CE3.3 Valorar la importancia para la satisfacción de necesidades de los consumidores, del conocimiento del producto y sus utilidades.

CE3.4 Contactar con los clientes adoptando los elementos fundamentales para mantener una conversación adecuada a la imagen y procedimientos internos de la organización.

CE3.5 Aplicar técnicas de persuasión de ventas adicionales, sustitutivas y/o complementarias en operaciones de venta reales.

CE3.6 En distintas situaciones de venta rebatir objeciones del cliente-comprador utilizando diferentes técnicas y contenidos para su tratamiento.

CE3.7 Elaborar los recibos y facturas adecuados a distintas operaciones de venta calculando el importe del precio de venta final con las condiciones de pago y aplicando la normativa fiscal vigente.

CE3.8 Realizar demostraciones de productos a clientes adoptando una actitud de confianza y refutar las objeciones aplicando el argumentarlo de ventas y técnicas de refutación de objeciones.

CE3.9 Responder y adoptar una actitud resolutive antes quejas y reclamaciones ofreciendo resoluciones a nivel de su responsabilidad y aplicando procedimientos internos de la organización.

CE3.10 Mantener una relación de confianza con los clientes generando la fidelización y ofreciendo productos de fidelización de la organización.

C4: Realizar el seguimiento de las operaciones, visitas y clientes contactados utilizando sistemas de gestión comercial informáticos y aplicando criterios de calidad y mejora continua en el servicio de comercialización y la optimización de la red de ventas externa e interna.

CE4.1 Prestar servicios de información y atención al cliente, tanto en lengua propia como inglesa, en distintas situaciones comerciales utilizando distintos sistemas y técnicas de comunicación adaptadas a distintos canales de comunicación con el cliente: cara a cara, telefonía, correo electrónico, mensajería u otros.

CE4.2 Expresarse de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen más de dos interlocutores.

CE4.3 Mantener conversaciones telefónicas con clientes identificándose con propiedad, siguiendo las normas de protocolo de la organización y empleando las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la comunicación.

CE4.4 Registrar la información obtenida de clientes en aplicaciones gestión de la relación con el cliente (CRM) para su posterior uso.

CE4.5 Responder a correos y mensajería instantánea de clientes identificándose e identificando al destinatario observando las debidas normas de protocolo.

CE4.6 Liderar las reuniones con el equipo comercial y miembro de la red de venta, externa e interna, estableciendo y transmitiendo objetivos de venta con estilos de mando y liderazgo con los miembros del equipo de trabajo.

C5: Elaborar elementos de promoción para los productos de venta disponibles en la empresa para clientes y establecimientos comerciales, utilizando los materiales y equipos adecuados.

CE5.1 Proponer mensajes comerciales efectivos adecuados al tipo de promoción y objetivos promocionales de cada producto a la venta, estableciendo la secuencia producto - objetivos de venta- mensaje comercial específico - mejores elementos de promoción derivados.

CE5.2 Realizar y/o diseñar utilizando aplicaciones informáticas adecuadas distintos carteles, folletos y catálogos a partir de la estrategia comercial de la organización aplicando las técnicas de diseño y rotulación, y combinando diferentes formas, texturas, colores o materiales que consigan la armonización del producto a la venta con la imagen corporativa de la organización.

CE5.3 Utilizar programas informáticos de edición en la confección de catálogos, carteles, folletos, dípticos y trípticos a partir de la caracterización de un establecimiento, de los productos a la venta y de los mensajes que se quieren transmitir.

CE5.4 Analizar distintas promociones y mensajes comerciales que se encuentran en los establecimientos comerciales de la empresa para derivar de ellos si cumplen con los objetivos generales de venta de la compañía o no, o en qué medida lo hacen y, en su caso, promover las modificaciones oportunas.

C6: Participar en los procesos de trabajo de la empresa, siguiendo las normas e instrucciones establecidas en el centro de trabajo.

CE6.1 Comportarse responsablemente tanto en las relaciones humanas como en los trabajos a realizar.

CE6.2 Respetar los procedimientos y normas del centro de trabajo.

CE6.3 Empezar con diligencia las tareas según las instrucciones recibidas, tratando de que se adecuen al ritmo de trabajo de la empresa.

CE6.4 Integrarse en los procesos de producción del centro de trabajo.

CE6.5 Utilizar los canales de comunicación establecidos.

CE6.6 Respetar en todo momento las medidas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

Contenidos

1. Organización de la actividad comercial.

- Documentación y registro de los procesos e información generada en la actividad comercial.
- Explotación del sistema informático de gestión comercial de la organización.
- Generación de informes de resultados económicos de la actividad comercial e intermediación.
- Presupuestos de ventas y planificación de estrategias de ventas.
- Gestión contable y fiscal básica de la actividad comercial.
- Promoción de ventas: estrategias comerciales.
- Organización del equipo y fuerza de ventas externa e interna.
- Herramientas de promoción on line disponibles.
- La relación y conexión con los usuarios de la web comercial.

2. Gestión de operaciones comerciales

- Realización de ventas y promoción de ventas.
- Aplicación de técnicas de venta y refutación de objeciones.
- Presentaciones y demostraciones comerciales.
- Cierre de operaciones y facturación.
- Gestión económico-administrativa de la actividad de ventas e intermediación comercial.
- Presentación de campañas específicas de productos concretos a la venta: la web como escaparate virtual.

- Elaboración de información, folletos y carteles de acciones comerciales de promoción comercial.

3. Integración y comunicación en el centro de trabajo

- Comportamiento responsable en el centro de trabajo.
- Respeto a los procedimientos y normas del centro de trabajo.
- Interpretación y ejecución con diligencia las instrucciones recibidas.
- Reconocimiento del proceso productivo de la organización.
- Utilización de los canales de comunicación establecidos en el centro de trabajo.
- Adecuación al ritmo de trabajo de la empresa.
- Seguimiento de las normativas de prevención de riesgos, salud laboral y protección del medio ambiente.

IV. PRESCRIPCIONES DE LOS FORMADORES

Módulos Formativos	Acreditación requerida	Experiencia profesional requerida en el ámbito de la unidad de competencia	
		Con acreditación	Sin acreditación
MF1000_3	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. 	2 años	Imprescindible acreditación
MF1001_3	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. • Diplomado, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico o el título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes relacionados con este campo profesional. 	2 años	Imprescindible acreditación
MF0239_2: Operaciones de venta.	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado, ingeniero, arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes. • Diplomado, ingeniero técnico, arquitecto técnico o el título de grado correspondiente o otros títulos equivalentes. • Técnico Superior de la familia profesional de Comercio y Marketing o título equivalente de la familia profesional de Comercio y Marketing. • Certificados de profesionalidad de nivel 3 del área de Compraventa de la familia profesional de Comercio y marketing. 	2 años	4 años