



Formación Profesional

I.E.S. "Las Salinas"
Avda. Al-Andalus s/n
11100 San Fernando (Cádiz)

Teléfono: 956 24 33 80
Fax: 956 24 33 85

PROGRAMACIÓN

Página: 1/15

PROGRAMACIÓN DE FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO (FCT)

Curso 2020/ 21

2º Ciclo Formativo de Grado Medio Actividades Comerciales

DEPARTAMENTO DE COMERCIO

I.E.S. LAS SALINAS

SAN FERNANDO (CÁDIZ)



1. Denominación del Título

El título de Técnico en Actividades Comerciales queda identificado por los siguientes elementos:

Nivel: Formación Profesional de Grado Medio.

Duración: 2.000 horas.

2. Presentación e identificación del módulo

El perfil profesional del título de Técnico de Actividades Comerciales queda determinado por su competencia general, sus competencias profesionales, personales y sociales, y por la relación de cualificaciones y, en su caso, unidades de competencia del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales incluidas en el título.

La competencia general de este título consiste en desarrollar actividades de distribución y comercialización de bienes y/o servicios, y en gestionar un pequeño establecimiento comercial, aplicando las normas de calidad y seguridad establecidas y respetando la legislación vigente.

4. Competencias profesionales, personales y sociales

Las competencias profesionales, personales y sociales de este título son las que se relacionan a continuación:

- a) Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas, conforme a la normativa vigente.
- b) Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, y respetando la normativa vigente.
- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- d) Organizar las operaciones del almacenaje de las mercancías en las condiciones que garanticen su conservación, mediante la optimización de medios humanos, materiales y de espacio, de acuerdo con procedimientos establecidos.
- e) Garantizar el aprovisionamiento del pequeño negocio, previendo las necesidades de compra para mantener el nivel de servicio que requiere la atención a la demanda de los clientes o consumidores.
- f) Realizar actividades de animación del punto de venta en establecimientos dedicados a la comercialización de productos y/o servicios, aplicando técnicas de merchandising, de acuerdo con los objetivos establecidos en el plan de comercialización de la empresa.



- g) Realizar acciones de comercio electrónico, manteniendo la página web de la empresa y los sistemas sociales de comunicación a través de Internet, para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.
- h) Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial, utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- i) Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing, identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- j) Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.
- k) Realizar ventas especializadas de productos y/o servicios, adaptando el argumentario de ventas a las características peculiares de cada caso para cumplir con los objetivos comerciales definidos por la dirección comercial.
- l) Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones, para asegurar el nivel de servicio prestado.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su trabajo.
- p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.



q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de "diseño para todos" en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

4. Resultados de Aprendizaje

Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con la producción y comercialización de los productos que obtiene y con el tipo de servicio que presta.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma.
- b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector.
- c) Se han identificado los elementos que constituyen la red logística de la empresa: proveedores, clientes, sistemas de producción y almacenaje, entre otros.
- d) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial.
- e) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio.
- f) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad.
- g) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.

2. Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional, de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se han reconocido y justificado:
 - La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo.
 - Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo.
 - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional.
 - Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional.



- Las actitudes relacionadas con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa.
- Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.
- Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.
- b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.
- c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.
- d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.
- e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.
- f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado, interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.
- g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.
- h) Se ha coordinado con el resto del equipo, comunicando las incidencias relevantes que se presenten.
- i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.
- j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.

3. Participa en la gestión económica y de tesorería del pequeño comercio, realizando tareas administrativas, contables y fiscales con los medios informáticos utilizados en la empresa comercial.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las principales variables económicas y financieras en las que se basa la empresa comercial.
- b) Se ha valorado la información de posibles ayudas, subvenciones, servicios bancarios y formas de financiación para el funcionamiento del establecimiento comercial.
- c) Se han determinado las variables que intervienen en el sistema de fijación de precios que asegure la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa en el tiempo.
- d) Se han realizado tareas de gestión administrativa y contable de la empresa, mediante el uso de aplicaciones informáticas específicas.
- e) Se han seguido pautas de actuación con clientes, definidas en el plan de calidad de la empresa comercial.
- f) Se han actualizado las bases de datos de clientes de la empresa, garantizando la normativa de protección de datos.
- g) Se han determinado los elementos que componen el mercado, el entorno y el comportamiento del consumidor en el ámbito de la empresa comercial.
- h) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento, análisis y archivo de información requerida en el sistema de información de marketing (SIM).



4. Realiza tareas de aprovisionamiento y expedición de mercaderías, utilizando el terminal punto de venta y demás medios informáticos.

Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado previsiones de compra de mercaderías, mediante hojas de cálculo u otro software apropiado, con suficiente antelación para asegurar el abastecimiento de la tienda.
- b) Se han valorado distintas ofertas de proveedores que determinen la más ventajosa para la tienda, estableciendo en su caso un proceso de comunicación y negociación.
- c) Se ha tramitado la documentación generada en el proceso de abastecimiento de mercaderías.
- d) Se han verificado la recepción de pedidos, informatizándolos para facilitar su posterior gestión de stocks.
- e) Se han realizado tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el almacén, teniendo en cuenta sus características.
- f) Se han manejado aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes.
- g) Se ha utilizado el terminal punto de venta para realizar la gestión de stocks del establecimiento comercial.
- h) Se ha calculado la rentabilidad de productos o servicios del surtido de la tienda, valorando la posibilidad de retirar o incluir nuevos productos o servicios.

5. Realiza contactos comerciales con clientes por diferentes medios, para ayudar a cumplir con los objetivos comerciales, utilizando técnicas de ventas adecuadas a cada situación.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado las variables que determinan la estructura del mercado y de las partes intervinientes en él.
- b) Se han planificado visitas comerciales, atendiendo a las características del producto o servicio y del cliente tipo de la empresa.
- c) Se ha llevado a cabo procesos de negociación comercial, utilizando las técnicas de venta adecuadas a cada caso.
- d) Se ha cumplimentado la documentación generada en una operación de compraventa.
- e) Se ha utilizado una herramienta de gestión de relación con clientes (CrM) para registrar posibles incidencias y valorar su inclusión en procesos de fidelización.
- f) Se han realizado tareas de empaquetado y etiquetado de productos que requieran un tratamiento específico para mantener su estatus de alta gama.
- g) Se han adaptado argumentarios de venta a productos o servicios técnicos, tales como la venta de bienes del sector primario, industriales o productos inmobiliarios.
- h) Se han realizado operaciones de telemarketing para captar, fidelizar o recuperar clientes de la empresa.

6. Contribuye a mantener la tienda online de la empresa, actualizando el catálogo online mediante las aplicaciones informáticas necesarias.



Criterios de evaluación:

- a) Se han realizado acciones de captación de clientes para la tienda online.
- b) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido en la página web.
- c) Se han realizado actualizaciones y tareas de mantenimiento de la página web de la tienda online.
- d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa participe activamente en el entorno Web 2.0, participado en blogs, redes sociales, buscadores y chats, entre otros.
- e) Se han manejado a nivel usuario sistemas informáticos utilizados habitualmente en el comercio.
- f) Se ha utilizado la red Internet para realizar tareas relacionadas con la gestión comercial de la empresa.
- g) Se han realizado distintos materiales de comunicación, utilizando el software apropiado.
- h) Se han utilizado programas de software que automaticen las tareas comerciales, de facturación electrónica y otras tareas administrativas.

7. Lleva a cabo tareas de dinamización del establecimiento comercial, aplicando técnicas adecuadas y utilizando los medios disponibles.

Criterios de evaluación:

- a) Se han dispuesto diferentes elementos del mobiliario de la tienda de forma que contribuyan a conseguir los objetivos comerciales.
- b) Se han realizado informes que mejoren la fluidez de la circulación de los clientes por el establecimiento comercial para que permanezcan más tiempo en su interior.
- c) Se han colocado las referencias en el lineal, siguiendo plano gramas de implantación y reposición de productos.
- d) Se ha analizado la variación en las ventas que se producen al variar de posición los productos en el lineal.
- e) Se han elaborado elementos de cartelería para animar el establecimiento comercial mediante rotulación tradicional o con medios informáticos.
- f) Se han montado elementos decorativos en el establecimiento comercial, siguiendo criterios comerciales y de seguridad y prevención de riesgos laborales.
- g) Se han realizado escaparates acordes al momento comercial, valorando posteriormente el impacto producido en los clientes.
- h) Se han realizado acciones promocionales adecuadas a los objetivos comerciales, evaluando los resultados obtenidos.

8. Informa y atiende a clientes, utilizando técnicas de comunicación adecuadas que contribuyan a mejorar la imagen de la empresa.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha identificado la organización del departamento de atención al cliente de la empresa.
- b) Se han utilizado los canales de comunicación adecuados en el proceso de



información al cliente.

- c) Se ha clasificado la documentación generada en el proceso de atención al cliente.
- d) Se han manejado herramientas de gestión de relaciones con clientes.
- e) Se ha identificado la tipología de clientes y usuarios habituales de la empresa.
- f) Se han aplicado técnicas de comunicación y negociación en la atención de quejas y reclamaciones.
- g) Se han cumplimentado los documentos generados en la tramitación de quejas y reclamaciones.
- h) Se han elaborado informes que recojan las principales incidencias, quejas y reclamaciones, para ser utilizados en el sistema de calidad de la empresa.

5. Actividades a desarrollar en las diferentes empresas

A título informativo, se facilita el repertorio de tareas en que suele consistir la prestación personal de un **Técnico de Actividades Comerciales**:

- Realizar proyectos de viabilidad y de puesta en marcha y ejercicio por cuenta propia de la actividad de un pequeño negocio de comercio al por menor, adquiriendo los recursos necesarios y cumpliendo con las obligaciones legales y administrativas conforme a la normativa vigente.
- Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial, realizando las actividades necesarias con eficacia y rentabilidad, respetando la normativa vigente.
- Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- Realizar acciones de comercio electrónico manteniendo la página Web de la empresa y los sistemas de comunicación sociales a través de Internet para cumplir con los objetivos de comercio electrónico de la empresa definidos en el plan de marketing digital.
- Realizar la gestión comercial y administrativa del establecimiento comercial utilizando el hardware y software apropiado para automatizar las tareas y trabajos.
- Ejecutar las acciones de marketing definidas por la organización comercial en el plan de marketing identificando las necesidades de productos y/o servicios de los clientes, los factores que intervienen en la fijación de precios, los canales de distribución y las técnicas de comunicación para cumplir con los objetivos fijados por la dirección comercial.
- Ejecutar los planes de atención al cliente, gestionando un sistema de información para mantener el servicio de calidad que garantice el nivel de satisfacción de los clientes, consumidores o usuarios.



- Gestionar en inglés las relaciones con clientes, usuarios o consumidores, realizando el seguimiento de las operaciones para asegurar el nivel de servicio prestado.

6. Sistema de Calificación de la FCT

En los términos previstos en la Orden de 29 de septiembre de 2010. (APTO / NO APTO), los tutores de seguimiento junto con los tutores laborales, elaborarán un programa formativo de acuerdo con lo dispuesto en la Orden que regula el Ciclo. Se realizarán las pertinentes visitas de seguimiento, las posibles tareas encomendadas y el control de los partes de actividades.

Los alumnos que sean calificados como "NO APTOS", tendrán oportunidad de realizar la FCT en el primer o segundo trimestre del siguiente curso, en función de la disponibilidad de horario del profesorado para garantizar el seguimiento de la FCT.

**FORMACIÓN EN CENTROS DE TRABAJO- TÉCNICO ACTIVIDADES
COMERCIALES**



Resultados de aprendizaje	Actividades Formativas/Productivas	Criterios de evaluación
<p>Identifica la estructura y organización de la empresa, relacionándolas con la producción y comercialización de los productos que presta y con el tipo de servicio que presta.</p>	<p>Conocer la empresa, su estructura organizativa y las funciones de cada área. Conocer las tareas y procedimientos a realizar, para el desarrollo óptimo de la actividad. Conocer el sector, los clientes y los servicios que presta.</p>	<p>a) Se ha identificado la estructura organizativa de la empresa y las funciones de cada área de la misma. b) Se ha comparado la estructura de la empresa con las organizaciones empresariales tipo existentes en el sector. c) Se han identificado los elementos que constituyen la red logística de la empresa: proveedores, clientes, sistemas de producción y almacenaje, entre otros. d) Se han relacionado las características del servicio y el tipo de clientes con el desarrollo de la actividad empresarial. e) Se han identificado los procedimientos de trabajo en el desarrollo de la prestación de servicio. f) Se han valorado las competencias necesarias de los recursos humanos para el desarrollo óptimo de la actividad. g) Se ha valorado la idoneidad de los canales de difusión más frecuentes en esta actividad.</p>
<p>Aplica hábitos éticos y laborales en el desarrollo de su actividad profesional, de acuerdo con las características del puesto de trabajo y con los procedimientos establecidos en la empresa.</p>	<p>Realización de las tareas asignadas de forma responsable, integrándose en el equipo de trabajo y cumpliendo con las normas de prevención de riesgos laborales de aplicación en la actividad profesional a desarrollar. Realizar cualquier actividad o tarea asignada y relacionada con el trabajo que realiza, con responsabilidad profesional, demostrando una actitud de superación y respeto.</p>	<p>a) Se han reconocido y justificado: - La disponibilidad personal y temporal necesaria en el puesto de trabajo. - Las actitudes personales (puntualidad y empatía, entre otras) y profesionales (orden, limpieza y responsabilidad, entre otras) necesarias para el puesto de trabajo. - Los requerimientos actitudinales ante la prevención de riesgos en la actividad profesional. - Los requerimientos actitudinales referidos a la calidad en la actividad profesional. - Las actitudes relacionadas con el propio equipo de trabajo y con las jerarquías establecidas en la empresa. - Las actitudes relacionadas con la documentación de las actividades realizadas en el ámbito laboral.</p>



		<p>- Las necesidades formativas para la inserción y reinserción laboral en el ámbito científico y técnico del buen hacer del profesional.</p> <p>b) Se han identificado las normas de prevención de riesgos laborales y los aspectos fundamentales de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales de aplicación en la actividad profesional.</p> <p>c) Se han puesto en marcha los equipos de protección individual según los riesgos de la actividad profesional y las normas de la empresa.</p> <p>d) Se ha mantenido una actitud de respeto al medio ambiente en las actividades desarrolladas.</p> <p>e) Se ha mantenido organizado, limpio y libre de obstáculos el puesto de trabajo o el área correspondiente al desarrollo de la actividad.</p> <p>f) Se ha responsabilizado del trabajo asignado, interpretando y cumpliendo las instrucciones recibidas.</p> <p>g) Se ha establecido una comunicación eficaz con la persona responsable en cada situación y con los miembros del equipo.</p> <p>h) Se ha coordinado con el resto del equipo, comunicando las incidencias relevantes que se presenten.</p> <p>i) Se ha valorado la importancia de su actividad y la necesidad de adaptación a los cambios de tareas.</p> <p>j) Se ha responsabilizado de la aplicación de las normas y procedimientos en el desarrollo de su trabajo.</p>
<p>participa en la gestión económica y de gestión del pequeño comercio, realizando gestiones administrativas, contables y fiscales por los medios informáticos utilizados en la actividad comercial.</p>	<p>Facturación: emisión, recepción, contabilización y gestión de cobro y pagos. Declaración de IVA y de los impuestos sobre beneficios. Realizar tareas de organización, registro y archivo de la documentación y colaborar en el proceso contable y fiscal de la empresa.</p>	<p>a) Se han identificado las principales variables económicas y financieras en las que se basa la empresa comercial.</p> <p>b) Se ha valorado la información de posibles ayudas, subvenciones, servicios bancarios y formas de financiación para el funcionamiento del establecimiento</p>



	<p>Participar en obtención de ayudas y subvenciones públicas y en la obtención de un préstamo o crédito. Manejo de aplicaciones informáticas de gestión comercial y contabilidad.</p>	<p>comercial.</p> <p>c) Se han determinado las variables que intervienen en el sistema de fijación de precios que asegure la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa en el tiempo.</p> <p>d) Se han realizado tareas de gestión administrativa y contable de la empresa, mediante el uso de aplicaciones informáticas específicas.</p> <p>e) Se han seguido pautas de actuación con clientes, definidas en el plan de calidad de la empresa comercial.</p> <p>f) Se han actualizado las bases de datos de clientes de la empresa, garantizando la normativa de protección de datos.</p> <p>g) Se han determinado los elementos que componen el mercado, el entorno y el comportamiento del consumidor en el ámbito de la empresa comercial.</p> <p>h) Se han utilizado aplicaciones informáticas para la obtención, tratamiento, análisis y archivo de información requerida en el sistema de información de marketing (SIM).</p>
<p>Realiza tareas de aprovisionamiento y recepción de mercaderías, utilizando el principal punto de venta y demás medios electrónicos.</p>	<p>Recepcionar la mercancía, inspeccionarla y colocarla en el espacio destinado en el almacén. Preparar los pedidos de mercancías realizando las actividades complementarias necesarias. Realizar la gestión de las mercancías almacenadas. Gestionar y archivar la documentación generada en el proceso de compra o suministro de mercaderías. Gestionar la recepción de pedidos de mercaderías. Utilizar el terminal punto de venta para mejorar la gestión comercial del pequeño establecimiento comercial.</p>	<p>a) Se han realizado previsiones de compra de mercaderías, mediante hojas de cálculo u otro software apropiado, con suficiente antelación para asegurar el abastecimiento de la tienda.</p> <p>b) Se han valorado distintas ofertas de proveedores que determinen la más ventajosa para la tienda, estableciendo en su caso un proceso de comunicación y negociación.</p> <p>c) Se ha tramitado la documentación generada en el proceso de abastecimiento de mercaderías.</p> <p>d) Se han verificado la recepción de pedidos, informatizándolos para facilitar su posterior gestión de stocks.</p> <p>e) Se han realizado tareas de recepción, ubicación y expedición de mercancías en el</p>



		<p>almacén, teniendo en cuenta sus características.</p> <p>f) Se han manejado aplicaciones informáticas de gestión y organización de almacenes.</p> <p>g) Se ha utilizado el terminal punto de venta para realizar la gestión de stocks del establecimiento comercial.</p> <p>h) Se ha calculado la rentabilidad de productos o servicios del surtido de la tienda, valorando la posibilidad de retirar o incluir nuevos productos o servicios.</p>
<p>aliza contactos comerciales con clientes iferentes medios, para ayudar a cumplir os objetivos comerciales, utilizando cas de ventas adecuadas a cada ción.</p>	<p>Elaboración de contratos de compraventa y documentación anexa, utilizando el procesador de textos. Gestión informatizada de sugerencias. Desarrollo de acciones de información al cliente/consumidor/usuario. Organización, tratamiento y archivo de documentación relativa al servicio de atención al cliente. Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamaciones.</p>	<p>a) Se han identificado las variables que determinan la estructura del mercado y de las partes intervinientes en él.</p> <p>b) Se han planificado visitas comerciales, atendiendo a las características del producto o servicio y del cliente tipo de la empresa.</p> <p>c) Se ha llevado a cabo procesos de negociación comercial, utilizando las técnicas de venta adecuadas a cada caso.</p> <p>d) Se ha cumplimentado la documentación generada en una operación de compraventa.</p> <p>e) Se ha utilizado una herramienta de gestión de relación con clientes (CRM) para registrar posibles incidencias y valorar su inclusión en procesos de fidelización.</p> <p>f) Se han realizado tareas de empaquetado y etiquetado de productos que requieran un tratamiento específico para mantener su estatus de alta gama.</p> <p>g) Se han adaptado argumentarios de venta a productos o servicios técnicos, tales como la venta de bienes del sector primario, industriales o productos inmobiliarios.</p> <p>h) Se han realizado operaciones de telemarketing para captar, fidelizar o recuperar clientes de la empresa.</p>
<p>ntribuye a mantener la tienda online de ipresa, actualizando el catálogo online ante las aplicaciones informáticas sarias.</p>	<p>Realización de ventas online. Confección de escaparates virtuales. Participar en la programación de carritos de la compra online.</p>	<p>a) Se han realizado acciones de captación de clientes para la tienda online.</p> <p>b) Se han utilizado programas específicos de</p>



	<p>Participar en la inclusión del comercio en redes sociales empresariales.</p>	<p>inclusión de textos, imágenes y sonido en la página web.</p> <p>c) Se han realizado actualizaciones y tareas de mantenimiento de la página web de la tienda online.</p> <p>d) Se han realizado las tareas necesarias para que la empresa participe activamente en el entorno Web 2.0, participado en blogs, redes sociales, buscadores y chats, entre otros.</p> <p>e) Se han manejado a nivel usuario sistemas informáticos utilizados habitualmente en el comercio.</p> <p>f) Se ha utilizado la red Internet para realizar tareas relacionadas con la gestión comercial de la empresa.</p> <p>g) Se han realizado distintos materiales de comunicación, utilizando el software apropiado.</p> <p>h) Se han utilizado programas de software que automaticen las tareas comerciales, de facturación electrónica y otras tareas administrativas.</p>
<p>va a cabo tareas de dinamización del establecimiento comercial, aplicando medidas adecuadas y utilizando los medios disponibles.</p>	<p>Distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman. Selección de elementos interiores y exteriores de la implantación comercial. Fijación de criterios de composición y montaje de escaparates. Diseño de distintos tipos de escaparate. Organización del montaje de un escaparate.</p>	<p>a) Se han dispuesto diferentes elementos del mobiliario de la tienda de forma que contribuyan a conseguir los objetivos comerciales.</p> <p>b) Se han realizado informes que mejoren la fluidez de la circulación de los clientes por el establecimiento comercial para que permanezcan más tiempo en su interior.</p> <p>c) Se han colocado las referencias en el lineal, siguiendo planogramas de implantación y reposición de productos.</p> <p>d) Se ha analizado la variación en las ventas que se producen al variar de posición los productos en el lineal.</p> <p>e) Se han elaborado elementos de cartelería para animar el establecimiento comercial mediante rotulación tradicional o con medios informáticos.</p> <p>f) Se han montado elementos decorativos en</p>



		<p>el establecimiento comercial, siguiendo criterios comerciales y de seguridad y prevención de riesgos laborales.</p> <p>g) Se han realizado escaparates acordes al momento comercial, valorando posteriormente el impacto producido en los clientes.</p> <p>h) Se han realizado acciones promocionales adecuadas a los objetivos comerciales, evaluando los resultados obtenidos.</p>
<p>orma y atiende a clientes, utilizando cas de comunicación adecuadas que ibuyan a mejorar la imagen de la esa.</p>	<p>Utilización de técnicas de comunicación en situaciones de información y asesoramiento al cliente y en la gestión de quejas y reclamaciones.</p> <p>Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo.</p> <p>Tratamiento, organización y archivo de documentación.</p> <p>Elaboración de informes.</p> <p>Manejo de bases de datos y herramientas informáticas de gestión de las relaciones con los clientes.</p> <p>Análisis de consultas y reclamaciones en materia de consumo para establecer las líneas de actuación de acuerdo con la legislación y procedimientos establecidos.</p>	<p>a) Se ha identificado la organización del departamento de atención al cliente de la empresa.</p> <p>b) Se han utilizado los canales de comunicación adecuados en el proceso de información al cliente.</p> <p>c) Se ha clasificado la documentación generada en el proceso de atención al cliente.</p> <p>d) Se han manejado herramientas de gestión de relaciones con clientes.</p> <p>e) Se ha identificado la tipología de clientes y usuarios habituales de la empresa.</p> <p>f) Se han aplicado técnicas de comunicación y negociación en la atención de quejas y reclamaciones.</p> <p>g) Se han cumplimentado los documentos generados en la tramitación de quejas y reclamaciones.</p> <p>h) Se han elaborado informes que recojan las principales incidencias, quejas y reclamaciones, para ser utilizados en el sistema de calidad de la empresa.</p>