



CAJEROS DE COMERCIO

55001018

Marque con una X el período correspondiente:

1º PERIODO FORMATIVO

Organización del entorno laboral

Introducción

Estructura del entorno comercial

Fórmulas y formatos comerciales

Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial

Estructura y proceso comercial de la empresa

Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales

Normativa general sobre comercio

Derechos del consumidor

Resumen

Gestión de la venta profesional

Introducción

El vendedor profesional

Organización del trabajo del vendedor profesional

Manejo de herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

Resumen

Documentación propia de la venta de productos y servicios

Introducción

Documentos

comerciales

Documentos propios de la compraventa

Normativa y usos habituales en la elaboración de la documentación comercial

Elaboración de la documentación

Aplicaciones informáticas para la elaboración y organización de la documentación comercial

Resumen

Cálculo y aplicaciones propias de la venta

Introducción

Operativa básica de cálculo aplicado a la empresa



Cálculo de PVP (Precio de Venta al Público)
Estimación de costes de la actividad comercial
Fiscalidad
Cálculo de descuentos y recargos comerciales
Cálculo de rentabilidad y margen comercial
Cálculo de comisiones comerciales
Cálculo de cuotas y pagos aplazados. Intereses
Aplicaciones de control y seguimientos de pedidos, facturación, cuenta de clientes
Herramientas e instrumentos para el cálculo aplicados a la venta
Resumen

Procesos de venta

Tipos de venta.
Fases del proceso de venta.
Preparación a la venta.
Aproximación al cliente.
Análisis del producto/servicio.
El argumentario de ventas.

Aplicación de técnicas de venta

Presentación y demostración del producto/servicio.
Demostraciones ante un gran número de clientes.
Argumentación comercial.
Técnicas para la refutación de objeciones.
Técnicas de persuasión a la compra.
Ventas cruzadas.
Técnicas de comunicación aplicadas a la venta.
Técnicas de comunicación no presenciales.

Seguimiento y fidelización de clientes

La confianza y las relaciones comerciales.
Estrategias de fidelización.
Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing.
Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

Resolución de conflictos y reclamaciones propios de la venta

Conflictos y reclamaciones en la venta.
Gestión de quejas y reclamaciones.
Resolución de reclamaciones.

O 2º PERIODO FORMATIVO



Internet como canal de venta

Introducción

Las relaciones comerciales a través de Internet

Utilidades de los sistemas online

Modelos de comercio a través de internet

Servidores online

Resumen

Diseño comercial de páginas web

Introducción

El internauta como cliente potencial y real

Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web

Tiendas virtuales

Medios de pago en Internet

Conflictos y reclamaciones de clientes

Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos

Resumen

GESTIÓN DE STOCKS E INVENTARIOS

Características y conservación de los productos

Introducción

Tipos y características de los productos

Condiciones de conservación de los productos

Cualidades básicas

Productos especiales. normativa aplicable

Embalaje y conservación

Resumen

Clasificación de los stocks: clasificación ABC

Introducción

Clasificación de los artículos del almacén: clasificación abc

Rotación de productos: concepto

inventario

La pérdida desconocida: concepto y causas

Gestión del aprovisionamiento

Control de inventarios

Innovaciones tecnológicas

Resumen

ALMACENAJE Y DISTRIBUCIÓN INTERNA DE PRODUCTOS

El almacén: concepto y finalidad

Introducción

Principios básicos de organización del almacén: concepto y funciones

Resumen



Proceso organizativo del almacenamiento de productos

Introducción

Sistemas de almacenaje

Bloques apilados

Sistema convencional

Sistema compacto

Sistema dinámico

Resumen

Criterios de almacenaje

Introducción

Tipos de almacén

Ubicación

Apilamiento

Ventajas e inconvenientes

Resumen

Distribución interna y plano de almacén

Introducción

Distribución interna y plano de almacén

Resumen

Seguridad y prevención de riesgos en el almacén

Introducción

Actuación en caso de accidentes

Medidas de autoprotección

Medidas de seguridad e higiene

La protección de los trabajadores

Recomendaciones en el almacén comercial: manual de seguridad

Resumen

○ 3º PERIODO FORMATIVO

Organización del punto de venta

Introducción

Conceptos básicos de la organización y distribución de espacios comerciales: la implantación de productos

Criterios de implantación del producto

Comportamiento del cliente en el punto de venta

Espacio comercial

Gestión del lineal

Distribución de familias de artículos en el lineal

Orden y limpieza en el punto de venta



Normas de seguridad e higiene en el punto de venta
Resumen

Animación básica en el punto de venta

Introducción

Factores básicos de animación del punto de venta

Equipo y mobiliario comercial básico

Presencia visual de productos en el lineal

Calentamiento de zonas frías y calientes en el punto de venta

La publicidad en el lugar de la venta

Cartelística en el punto de venta

Máquinas expendedoras: vending

Resumen

Presentación y empaquetado de productos para la venta

Introducción

Empaquetado comercial

Técnicas de empaquetado y embalado comercial

Utilización de materiales para el empaquetado

Colocación de adornos adecuados a cada campaña y tipo de producto

Plantillas y acabados

Resumen

Elaboración de informes comerciales sobre la venta

Introducción

Conceptos y finalidad de informes de ventas

Estructura de un informe

Elaboración de informes comerciales

Resumen

Caja terminal de punto de venta

Introducción

Caja y equipos utilizados en el cobro y pago de operaciones de venta

Sistemas tradicionales

Elementos y características del tpv

Apertura y cierre del TPV

Scanner y lectura de la información del producto

Funciones auxiliares del tpv

Lenguajes comerciales: codificación de la mercancía, transmisión Electrónica de datos (sistemas edi u otros)

Descuentos, promociones, vales en el tpv

Utilización del tpv (terminal punto de venta)

Resumen

Procedimientos del cobro y pago de las operaciones de venta



Introducción
Caracterización de los sistemas y medios de cobro y pago
Los justificantes de pago
Diferencias entre factura y recibo
Devoluciones y vales
Registro de operaciones de cobro y pago
Arqueo de caja
Recomendaciones de seguridad e higiene postural en el tpv
Resumen

○ 4º PERIODO FORMATIVO

PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR

Concepto y características de la función de atención al cliente

Introducción
Atención al cliente: concepto y funciones
Empresas fabricantes
Empresas distribuidoras
Empresas de relaciones con clientes y servicios de atención al cliente
El defensor del cliente: pautas y tendencias
Resumen

Dependencia funcional del departamento de atención al cliente

Introducción
Concepto de organización
Concepto de estructura organizativa
Organización funcional de la empresa: organigrama
Diferenciación y agrupación de actividades: departamentalización
Interrelaciones del departamento de atención al cliente: comercial, financiero y de ventas 56
Resumen

Factores fundamentales desarrollados en la atención al cliente

Introducción
Naturaleza
Efectos
Normativa: productos y ámbitos regulados
Resumen

El marketing en la empresa y su relación con el departamento de atención al cliente

Introducción
Marketing relacional
Relaciones con clientes



Canales de comunicación con el cliente
Obtención y recogida de información del cliente
Resumen

Variables que influyen en la atención al cliente

Introducción
Posicionamiento e imagen
Relaciones públicas
Resumen

La información suministrada por el cliente

Introducción
Naturaleza de la información
Cuestionarios
Análisis comparativo
Satisfacción del cliente
Averías
Resumen

Documentación implicada en la atención al cliente

Introducción
Generalidades de la documentación implicada en la atención al cliente
Servicio posventa e implicaciones en la fidelización
Resumen

CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Procesos de calidad en la empresa

Introducción
Concepto y origen de la calidad
Evolución histórica del concepto de calidad
Gestión de la calidad en la empresa
Las normas ISO 9000
El manual de calidad, los procedimientos y la documentación operativa
Resumen

Concepto y características de la calidad de servicio

Introducción
La calidad y el servicio
Objetivos
Importancia de la calidad en el servicio
Calidad y satisfacción del cliente
Resumen

Ratios de control y medición de la calidad y satisfacción del cliente



Introducción
Control de la calidad
Métodos de evaluación de la calidad del servicio de atención al cliente
Medidas correctoras
Resumen

ASPECTOS LEGALES EN RELACIÓN CON LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Ordenación del comercio minorista

Introducción
Contenido: la distribución comercial actual
Implicaciones en la atención a clientes
Resumen

Servicios de la sociedad de la información y el comercio electrónico

Introducción
Contenido
Implicaciones
Resumen

Protección de datos

Introducción
Normativa de protección de datos
¿A quién afecta la Ley Orgánica de Protección de Datos?
Contenido
Auditoría de protección de datos
Implicaciones en las relaciones con clientes
Resumen

Protección al consumidor

Introducción
Ley general de defensa de los consumidores y usuarios. Normativa nacional
Instituciones nacionales de consumo
Regulación autonómica y local de protección al consumidor
Vías oficiales de reclamación de los consumidores y usuarios
Resumen

GESTIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE/CONSUMIDOR

Información del cliente

Introducción
Quejas y reclamaciones
Cuestionarios de satisfacción



Resumen

Archivo y registro de la información del cliente

Introducción

Técnicas de archivo: naturaleza y finalidad del archivo

Elaboración de ficheros

Resumen

Procedimientos de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa

Introducción

La información y el profesional de la atención al cliente

Memoria y apuntes en la gestión de información

Las fuentes de información

El impacto de internet en la gestión de información

Resumen

Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario

Introducción

Estructura y funciones de una base de datos

Tipos de bases de datos

Bases de datos documentales

Utilización de bases de datos

Resumen

Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes

Introducción

La protección de datos. Normativa

Nivel de protección

Consecuencias del incumplimiento de la LOPD

Implicaciones en las relaciones con clientes

Resumen

Confección y presentación de informes

Introducción

El informe

Estructura del informe

¿Cómo proceder? ¿Cómo elaborarlo?

Consideraciones de la presentación

Tipos de informe

Resumen

TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN A CLIENTES/CONSUMIDORES



Modelo de comunicación interpersonal

Introducción

¿Qué es la comunicación?

Elementos: objetivos, sujetos y contenidos

Sistemas de comunicación: evolución y desarrollo

Comunicación presencial y no presencial

Habilidades para una buena comunicación

Resumen

Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades

Introducción

Niveles de la comunicación

Diferencias entre la comunicación con una persona y la comunicación con más de una persona

Roles en la comunicación con más de una persona

Direcciones de la comunicación

Resumen

Barreras y dificultades en la comunicación interpersonal presencial

Introducción

Generalidades de las barreras de comunicación y sus soluciones

Categorías de barreras

Notas generales que ayudan a superar las barreras: calidad de la conversación

Resumen

Expresión verbal

Introducción

El lenguaje

Calidad de la información

Funciones del lenguaje

Formas de presentación

Expresión oral: dicción y entonación

Resumen

Comunicación no verbal

Introducción

La comunicación no verbal

La kinesia. Comunicación corporal

La paralingüística

La proxémica

Indumentaria

Resumen

Empatía y asertividad

Introducción



Empatía y asertividad: principios básicos

Empatía

Asertividad

Escucha activa

Resumen

Comunicación no presencial

Introducción

Características y tipología

Elementos y fases de una conversación telefónica

Barreras y dificultades: modelos de comunicación telefónica

Expresión verbal a través del teléfono

Comunicación no verbal: la sonrisa telefónica

Reglas de la comunicación telefónica

Actitudes positivas y negativas en el trato telefónico

El mensaje y el lenguaje en la comunicación telefónica: el lenguaje positivo

Resumen

La comunicación escrita

Introducción

La carta

El fax

Correo electrónico

Mensajería instantánea

Internet/ Intranet

Resumen

O 5º PERIODO FORMATIVO

BLOQUE 1. ATENCIÓN AL CLIENTE/CONSUMIDOR EN INGLÉS

Terminología específica en las relaciones comerciales con clientes

Exposiciones.

Reuniones.

Habilidades sociales.

Usos y estructuras habituales en la atención al cliente/consumidor

Saludos.

Presentaciones.

Fórmulas de cortesía habituales.

Diferenciación de estilos formal e informal en la comunicación comercial



oral y escrita

Comunicación oral.

Comunicación escrita.

Barreras de la comunicación.

Tratamiento de reclamaciones o quejas de los clientes/consumidores

Situaciones habituales en las reclamaciones y quejas de los clientes.

Simulación de situaciones de atención al cliente y resolución de reclamaciones con fluidez y naturalidad

Simulación vía e-mail de una queja o reclamación.

Simulación vía teléfono de una queja o reclamación.

Simulación vía presencial de una queja o reclamación.

BLOQUE 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA EN INGLÉS

Presentación de productos/servicios

Características de productos/servicios.

Condiciones de pago.

Servicios postventa.

Pautas y convenciones habituales para la detección de necesidades de los clientes/consumidores

Variedades o tipos de necesidades.

Fuentes y técnicas para el estudio del cliente y detección de necesidades.

Fórmulas para la expresión y comparación de condiciones de venta

Instrucciones de uso.

Precio.

Descuentos.

Recargos.

Fórmulas de expresión y comparación.

Fórmulas para el tratamiento de objeciones del cliente/consumidor

Qué hacer cuando un cliente plantea una objeción.

Tipos de objeciones.

Cómo superar las objeciones.

Estructuras sintácticas y usos habituales en la venta telefónica

Conocer al cliente y el producto/servicio.

Fórmulas habituales en el argumentario de venta.

Objeciones más comunes.

Simulación de situaciones comerciales habituales con clientes



Presentación de productos/servicios.
Campaña de marketing.
Relación proveedor/cliente.
Negociación y acuerdo.

BLOQUE 3. COMUNICACIÓN COMERCIAL ESCRITA EN INGLÉS

Estructura y terminología habitual en la documentación comercial básica

Pedidos.
Facturas.
Recibos.
Hojas de reclamación.

Cumplimentación de documentación comercial básica en inglés

Hojas de pedido.
Facturas.
Ofertas.
Reclamaciones.

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

Acta.
Circular.
Memorando.

Elaboración de informes y presentaciones comerciales en inglés

Informes.
Presentaciones comerciales.

Estructuras sintácticas utilizadas habitualmente en el comercio electrónico para incentivar la venta

Estructuras sintácticas en la comunicación comercial en Internet.
Tipos de comercio electrónico.
Ventajas y desventajas del comercio electrónico.



Abreviaturas y usos habituales en la comunicación escrita con diferentes soportes

Internet.

Fax.

Correo electrónico.

Carta.

*** CONTENIDOS DEL CD:**

Técnicas de comunicación con clientes

Introducción

Procesos de información y comunicación con clientes

Barreras en la comunicación con el cliente

Puntos fuertes y débiles en el proceso de comunicación

Elementos del proceso de comunicación efectiva

La escucha activa

Consecuencias de una comunicación no efectiva

Resumen

Técnicas de atención básica a clientes

Introducción

Tipología de clientes

Comunicación verbal y no verbal

Pautas de comportamiento

Estilos de respuesta en la interacción verbal: asertivo, agresivo y no asertivo

Técnicas de asertividad

La atención telefónica

Tratamiento de cada una de las situaciones de atención básica

El proceso de atención de las reclamaciones en el establecimiento comercial o en el reparto domiciliario

Pautas de comportamiento en el proceso de atención a las reclamaciones

Documentación de las reclamaciones e información que deben contener

Resumen

La calidad de servicio en la atención al cliente

Introducción

Concepto y origen de la calidad

La gestión de la calidad en las empresas comerciales

El control y el aseguramiento de la calidad

La retroalimentación del sistema

La satisfacción del cliente

La motivación personal y la excelencia empresarial

La reorganización según criterios de calidad

Las Normas ISO 9000

Resumen



O 6º PERIODO FORMATIVO

El trabajo y la salud: los riesgos profesionales. Factores de riesgo

El trabajo y la salud.

Los riesgos profesionales.

Factores de riesgo.

Daños derivados del trabajo. Accidente de trabajo y enfermedades profesionales. Otras patologías derivadas del trabajo

Daños derivados del trabajo.

Los accidentes de trabajo y las enfermedades profesionales.

Marco normativo básico en materia de Prevención de Riesgos Laborales.

Derechos y deberes básicos en esta materia

Marco normativo básico en materia de Prevención de Riesgos Laborales.

La Ley de Prevención de Riesgos Laborales (LPRL).

Ley 54/2003, reforma del marco normativo de la Prevención de Riesgos Laborales.

El Reglamento de los Servicios de Prevención (RSP).

Otras normas específicas derivadas de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

Riesgos ligados a las condiciones de seguridad. El lugar de trabajo

Las herramientas y las máquinas.

La electricidad.

Los incendios.

Almacenamiento, manipulación y transporte.

Señalización.

Riesgos ligados al medio ambiente de trabajo

La exposición laboral a agentes químicos.

La exposición laboral a agentes físicos.

La exposición laboral a agentes biológicos.

El control del riesgo.

La carga de trabajo, la fatiga y la insatisfacción laboral

La carga de trabajo.

La carga física.

La carga mental.

La fatiga.

La insatisfacción laboral.



Sistemas elementales de control de riesgos. Protección colectiva e individual

- La prevención y protección de los trabajadores.
- La protección colectiva.
- La protección individual.

El plan de emergencia

- Actuación frente a emergencias.
- El plan de emergencia.

El control de la salud de los trabajadores

- La vigilancia de la salud de los trabajadores en el marco de la Ley de Prevención de Riesgos laborales.
- Objetivos de vigilancia de la salud.
- Las técnicas de vigilancia de la salud.
- Integración de los programas de vigilancia de la salud en el programa de Prevención de Riesgos Laborales.

Componentes implicados en la Prevención de Riesgos Laborales

- Organismos internacionales.
- Organismos nacionales.
- El empresario y su deber de prevención.
- El trabajador y sus obligaciones preventivas.

La gestión de la Prevención de Riesgos Laborales en la empresa

- Política de prevención.
- Control de las actuaciones.
- Organización de recursos para las actividades preventivas.

Documentación para la gestión de la prevención de riesgos

- Documentación necesaria.
- Elaboración de la documentación.

Primeros auxilios

- ¿Qué son los primeros auxilios?
- Activación del sistema de emergencia.
- Socorrismo laboral.
- Evaluación primaria de un accidentado.
- Principales emergencias médicas.
- Técnicas de reanimación.

Contenidos del CD:



Análisis del perfil profesional

Introducción

El perfil profesional

El contexto sociolaboral

Itinerarios formativos y profesionales

Resumen

La información profesional. Estrategias y herramientas para la búsqueda de empleo

Introducción

Canales de información del mercado laboral: INE, Observatorio de Empleo y portales de empleo

Agentes vinculados con la orientación formativa y laboral e intermediadores laborales: SPEE, servicios autonómicos de empleo, tutores de empleo, OPEA, gabinetes de orientación, ETT, empresas de selección, consulting, asesorías y agencias de desarrollo

Elaboración de una guía de recursos para el empleo y la formación

Técnicas de búsqueda de empleo

Canales de acceso a información. La web: portales, redes de contactos, otros

Procesos de selección

Resumen

Calidad en las acciones formativas. Innovación y actualización docente

Introducción

Procesos y mecanismos de evaluación de la calidad formativa

Realización de propuestas de los docentes para la mejora para la acción formativa

Centros de referencia nacional

Perfeccionamiento y actualización técnico-pedagógica de los formadores: planes de perfeccionamiento técnico

Centros Integrados de Formación Profesional

Programas europeos e iniciativas comunitarias

Resumen