

MF0976_2: Operaciones administrativas comerciales.

ADG308_2 Actividades de gestión administrativa (RD 107/2008 de 1 de febrero).

DURACIÓN: 160 horas

UNIDAD FORMATIVA 1

Denominación: Atención al cliente en el proceso comercial.

Código: UF0349.

Duración: 40 horas.

OBJETIVOS

C1: Aplicar las técnicas de comunicación comercial en las operaciones de compraventa, a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo a criterios de calidad de servicio de atención al cliente.

CE1.1 Describir las funciones básicas en un departamento comercial y/o facturación.

CE1.2 Identificar los procedimientos de comunicación comercial en las operaciones de compraventa en organizaciones tipo.

CE1.3 Distinguir los canales de comunicación comerciales páginas Web, convencionales, otros, explicando sus características, ventajas e inconvenientes de utilización.

CE1.4 Identificar los parámetros de calidad de servicio en los procedimientos de comunicación comercial con el cliente.

CE1.5 Identificar las fases de un proceso de venta y de atención al cliente.

CE1.6 Distinguir los tipos de motivaciones habituales del cliente ante la compra de diferentes tipos de productos y/o servicios.

CE1.7 Diferenciar correctamente las condiciones de venta que corresponden a un cliente según su clasificación comercial, o segmento de mercado.

CE1.8 En un supuesto práctico, convenientemente caracterizado, de comunicación comercial:

- Adaptar las técnicas de venta al medio de comunicación propuesto, teléfono, Internet, telefonía móvil, correo postal o electrónico.
- Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades del cliente. – Expresar en el trato con el cliente supuesto: Cortesía, respeto y discreción.
- Determinar el soporte de comunicación, bases de datos internas, páginas Web, otras– más apropiado para obtener la información requerida.
- Transmitir la información con claridad, de manera ordenada y precisa, de forma presencial, telefónica o telemática.

CE1.9 En la simulación de una entrevista con un cliente, a través de un determinado canal de comercialización y a partir de una información convenientemente caracterizada:

- Identificar la tipología del cliente y sus necesidades de compra, realizando las preguntas oportunas.
- Realizar un guión –entrevista de venta telefónica y aplicarlo a la simulación.
- Describir con claridad, de manera ordenada y precisa, las características del producto, destacando sus ventajas y adecuación a las necesidades del cliente.
- Conocer y rebatir las objeciones del cliente, minimizando las hostilidades del cliente. – Aplicar en la venta telefónica distintos cierres según el tipo de cliente.

C2: Efectuar los procesos de recogida, canalización y/o resolución de reclamaciones, y seguimiento de clientes en los servicios postventa.

CE2.1 Distinguir las fases de un proceso postventa describiendo sus características básicas.

CE2.2 Identificar los productos y/o servicios que precisan necesariamente de un seguimiento y servicio postventa. CE2.3 Valorar la importancia del servicio postventa en la gestión comercial de diferentes tipos de productos y/o servicios a través de supuestos prácticos o casos reales, describiendo las consecuencias de la inexistencia o mala utilización de dicho servicio.

CE2.4 Describir los métodos utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio postventa.

CE2.5 Describir y explicar las técnicas e instrumentos básicos de fidelización de clientes.

CE2.6 A partir de un supuesto de fidelización de clientes, con unas características establecidas: – Elaborarlos documentos adecuados a cada acción de fidelización de forma clara y concisa, en función de su finalidad y del canal que se emplee –correo electrónico, correo postal, teléfono, mensajes móviles.

CE2.7 Describir el proceso que debe seguir una reclamación.

CE2.8 Identificar la documentación utilizada para recoger una reclamación describiendo la información que debe contener.

CE2.9 En una situación real de atención y gestión de una reclamación, convenientemente caracterizada: – Recoger y escuchar atentamente la queja o reclamación del cliente supuesto.

– Definir con precisión la naturaleza y el contexto de la queja o reclamación.

– Delimitar con rigor la capacidad personal para su resolución. – Formalizar por escrito la reclamación, indicando la información necesaria que debe contener.

CONTENIDOS

1. Atención al cliente en las operaciones de compraventa.

– El departamento comercial:

- Funciones básicas.
- Identificación de necesidades y gustos del cliente: clasificación del cliente.

– Procedimiento de comunicación comercial:

- Elementos de comunicación institucional.
- Fases del procedimiento.
- Soportes de la comunicación.
- Tratamiento hacia el cliente: léxico correcto, formulación adecuada de preguntas/respuestas y otras técnicas.

– Identificación del perfil psicológico de los distintos clientes

2. Comunicación de información comercial en los procesos de compraventa.

– El proceso de compraventa como comunicación:

- Aspectos básicos: Identificación de la comunicación en la venta.
- Técnicas y medios de comunicación de la compra y la venta.
- Argumentación comercial.
- Tratamiento de objeciones.

- Comunicación de la información sobre los productos.

– La venta telefónica.

- La venta por catálogo.
- Televenta.
- Internet y otras formas.

3. Adaptación de la comunicación comercial al Telemarketing.

– Aspectos básicos del Telemarketing:

- Conceptos: Marketing, Telemarketing, teleoperador, sectores empresariales del mercado y otros.

– La operativa general del teleoperador:

- Conectar con el cliente.
- Motivación del teleoperador hacia la comunicación.
- Afianzar actitudes positivas del teleoperador.

– Técnicas de venta:

- Principales técnicas de venta comercial.
- Los guiones: planificar su existencia.
- La entrevista: necesidades de los clientes y el correcto uso de los productos.
- Elementos para el éxito de las distintas técnicas de venta.

– Cierre de la venta

- Objeciones de los clientes: principales causas y actitudes.
- Minimizar las hostilidades de los clientes.
- Tipología de cierres de venta.

4. Tramitación en los servicios de postventa.

- Seguimiento comercial: concepto.
- Fidelización de la clientela:

- Instrumentos de fidelización: bonificaciones, tarjetas de puntos o de club, cupones descuento y otros.
- Finalidad.
- Identificación de quejas y reclamaciones:
- Concepto.
- Características.
- Tipología: presenciales y no presenciales.
- Procedimiento de reclamaciones y quejas:
- Recepción.
- Formulación documental.
- Resolución de dudas.
- Valoración de los parámetros de calidad del servicio y su importancia o consecuencias de su no existencia.
- Aplicación de la confidencialidad a la atención prestada en los servicios de postventa.

UNIDAD FORMATIVA 2

Denominación: Gestión administrativa del proceso comercial.

Código: UF0350.

Duración: 80 horas.

C1: Confeccionar los documentos básicos de las operaciones de compraventa, utilizando los medios informáticos o telemáticos, realizando los cálculos necesarios y aplicando la legislación mercantil y fiscal vigente.

CE1.1 Distinguir los documentos básicos de las operaciones de compraventa, precisando las funciones y requisitos formales que deben reunir.

CE1.2 Detectar, gestionar y comunicar a las personas o departamentos correspondientes las incidencias que se produzcan durante el proceso administrativo de compraventa: documentación incompleta o no recibida, errores formales y otras, con el fin de cumplir con una gestión integral de calidad.

CE1.3 Precisar las características básicas de las normas mercantiles y fiscales aplicables en las operaciones de compra y venta.

CE1.4 Precisar los conceptos de interés comercial, descuento comercial, margen comercial, precio de coste del producto, precio de compra, precio de venta, porcentaje de IVA, corretajes, comisiones.

CE1.5 A partir de un supuesto convenientemente caracterizado:

- Identificar los distintos métodos para calcular el precio final de venta.
- Calcular el precio final de venta de acuerdo con los márgenes proporcionados.
- Valorar la incidencia en el precio final de distintas promociones.

CE1.6 En un supuesto práctico de compra o venta convenientemente caracterizado, en el que deben utilizarse las aplicaciones informáticas específicas o genéricas adecuadas:

- Elaborar los albaranes incorporando cada uno de los parámetros necesarios –cantidades, conceptos, importes, otros.
- Calcular correctamente el importe total del precio unitario de compra o venta.
- Calcular correctamente el importe total de la compra o venta de diferentes productos.
- Elaborar las facturas, teniendo en cuenta los descuentos, el tipo de IVA y el sistema de pago o cobro establecido.

CE1.7 En un supuesto práctico de recepción de documentación administrativa:

- Identificar los distintos documentos administrativos recibidos.
- Comprobar la existencia o no de incidencias en la documentación.
- Valorar las incidencias detectadas y proceder en consecuencia.

C2: Aplicar métodos de control de existencias, teniendo en cuenta los principales sistemas de gestión de almacén y las tipologías de productos y/o servicios, en distintas actividades empresariales.

CE2.1 Distinguir los diferentes tipos de existencias habituales en empresas de producción, comerciales y/o de servicios.

CE2.2 Diferenciar los tipos de embalajes y envases que se utilizan en función de las materias primas y los productos.

CE2.3 Describir los procedimientos administrativos relativos a la recepción, almacenamiento, distribución interna y expedición de existencias.

CE2.4 Explicar las características de los diferentes métodos de control de existencias.

CE2.5 A partir de supuestos convenientemente caracterizados:

- Aplicar el método de control de existencias indicado.
- Calcular el importe del saldo de existencias teniendo en cuenta el coste del producto, el IVA, los márgenes comerciales y otros gastos.
- Interpretar los inventarios periódicos haciéndolos corresponder con el nivel de existencias dado.

CONTENIDOS

1. Tramitación administrativa del procedimiento de operaciones de compra- venta convencional.

- Selección de proveedores: Criterios de selección.
- Gestión administrativa del seguimiento de clientes:
 - Procedimientos y fases postventa.
 - Instrumentos, productos o servicios que lo requieren.
 - Trámites.
 - Valoración.
- Identificación de documentos básicos:
 - Presupuesto.
 - Propuesta de pedido.
 - Pedido.

- Albarán.
 - Notas de entrega.
 - Facturas.
 - Carta-porte y otros.
 - Confección y cumplimentación de documentación administrativa en operaciones de compraventa.
 - Identificación y cálculo comercial en las operaciones de compra y venta:
 - IVA.
 - Precio de coste y de venta.
 - Portes.
 - Embalajes y envases.
 - Corretajes.
 - Descuento comercial y otros.
 - Cotejo de los datos de los documentos formalizados con: los precedentes, los datos proporcionados por clientes-proveedores.
 - Tramitación y gestión de las incidencias detectadas en el procedimiento administrativo de compra-venta:
 - Reclamación y/o provisión de la documentación no recibida o remitida a proveedores o clientes.
 - Transmisión de incidencias a departamentos correspondientes.
 - Resolución de incidencias en función de las competencias.
 - Aplicación de la normativa vigente en materia de actualización, seguridad y confidencialidad.
2. Aplicación de la normativa mercantil y fiscal vigente en las operaciones de compraventa.
- Legislación mercantil básica:
 - Conceptos básicos.

- El Código de Comercio: aspectos básicos.
 - Legislación fiscal básica:
 - Legislación sobre IVA:
- Concepto.
- Regímenes de IVA: general, recargo de equivalencia, operaciones básicas intracomunitarias.
- Tipos impositivos.
- Cumplimentación de los modelos de liquidación de IVA.
 - Conceptos básicos de Legislación mercantil y fiscal de la Unión Europea: Directivas Comunitarias y operaciones intracomunitarias.

3. Gestión de stocks e inventarios.

- Conceptos básicos: existencias, materias primas, embalaje, envasado y etiquetado.
- Almacenamiento: sistemas de almacenaje, ubicación de existencias, análisis de la rotación.
- Procedimiento administrativo de la gestión de almacén:
 - Recepción y entrega de documentación y mercancía: anomalías, deterioros, devoluciones.
 - Registro de entradas y salidas.
 - Elaboración e interpretación de inventarios.
 - Control y organización del almacenamiento de productos: cotejo de productos inventariados y registrados, desviaciones, pérdidas y obsolescencia de los productos almacenados.
 - Distribución de mercancía y documentación correspondiente.
 - Sistemas de gestión de existencias convencionales: características y aplicación práctica.
 - Control de calidad en la gestión de almacén:
 - Los distintos sistemas de control de calidad: aspectos básicos.
 - Manuales de procedimiento de la organización.
 - Normativa vigente en materia de control y seguridad de la mercancía y su documentación.

UNIDAD FORMATIVA 3

Denominación: Aplicaciones informáticas de la gestión comercial.

Código: UF0351.

Duración: 40 horas.

C1: Utilizar aplicaciones informáticas de gestión comercial, almacén y/o facturación, registrando la información y obteniendo la documentación requerida en las operaciones de compra y venta.

CE1.1 Identificar las funciones y los procedimientos fundamentales de las aplicaciones, consultando, en su caso, los sistemas de ayuda.

CE1.2 Valorar y justificar la necesidad de aplicar los sistemas de protección y salvaguarda de la información describiendo las posibles consecuencias de la falta de aplicación.

CE1.3 En un supuesto práctico en el que se proponen operaciones de compra- venta convenientemente caracterizadas, y utilizando aplicaciones informáticas de gestión comercial:

- Definir los archivos de parámetros –tipo de IVA, descuentos, bonificaciones, otros.
- Registrar las altas, bajas y modificaciones en los archivos de clientes, proveedores y productos propuestos.
- Registrar las compras realizadas, actualizando el archivo de proveedores y digitalización de la documentación, en su caso.
- Registrar la facturación de las ventas, actualizando el archivo de clientes, en su caso.
- Obtener correctamente en los formatos definidos los documentos mercantiles.

CE1.4 Identificar adecuadamente las informaciones significativas de los informes de ventas, relacionando su contenido.

CE1.5 A partir de un supuesto práctico, convenientemente caracterizado, y mediante la utilización de un programa informático de gestión comercial o CRM:

- Identificar la información proporcionada según corresponda a clientes, productos, distribuidores, agentes de venta, promociones u otros partícipes o elementos de la venta.
- Utilizar las funciones, procedimientos y utilidades elementales con precisión, almacenando o actualizando los datos proporcionados de clientes o vendedores.
- Obtener formularios sencillos, dados unos parámetros relacionados con información de clientes.
- Obtener los informes de venta en los formatos, plazos, y parámetros requeridos.
- Realizar copias de seguridad de la información introducida en la aplicación informática.

CE1.6 En un supuesto práctico en el que se proponen operaciones de gestión de existencias y almacén convenientemente caracterizadas, y utilizando las aplicaciones informáticas de gestión comercial y/o almacén:

- Definir los archivos de parámetro –criterios de valoración, stock óptimo, stock mínimo, otros.

1. Utilización de aplicaciones de gestión en relación con clientes-proveedores (CRM).

- Actualización de ficheros de información de:
 - Clientes.
 - Proveedores.
 - Productos y servicios.
 - Agentes de venta y distribución.
 - Empresas de la competencia.
 - Parámetros comerciales: descuentos, tipos impositivos y otros.
- Tramitación administrativa de la información de clientes-proveedores:
 - Recepción de la información-documentación.
 - Organización.
 - Digitalización de la documentación para su registro.
 - Registro.
 - Transmisión.
 - Búsquedas.

2. Utilización de aplicaciones de gestión de almacén.

- Generar los archivos de información de:
 - Existencias.

- Materias primas.
- Envases.
- Embalajes y otros.
- Sistemas de gestión informática de almacenes.

3. Utilización de aplicaciones informáticas de gestión de la facturación.

- Generación de:
 - Presupuestos.
 - Pedidos.
 - Albaranes.
 - Facturas y otros.
- Realización de enlaces con otras aplicaciones informáticas de:
 - Contabilidad.
 - Gestión de datos u otras.

4. Utilización de herramientas de aplicaciones de gestión de la postventa

- para:**
- Gestionar la información obtenida en la postventa:
 - Organización.
 - Registro.
 - Archivo.
 - Realizar acciones de fidelización.
 - Gestión de quejas y reclamaciones:
 - Registro.
 - Archivo.
 - Obtención mediante aplicaciones de gestión de:
 - Informes relacionados.
 - Formularios.
 - Estadística.
 - Cuadros de datos.