

**REAL DECRETO 1995/1995, DE 7 DE DICIEMBRE.
CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD DE:**

Gerente Pequeño Comercio

ÍNDICE

I. REFERENTE OCUPACIONAL.....	6
1. Datos de la ocupación:	6
1.1. Denominación:	6
1.2. Familia Profesional de:	6
2. Perfil profesional de la ocupación:	6
2.1. Competencia General:.....	6
2.2. Unidades de Competencia:	6
2.3. Realizaciones profesionales y criterios de ejecución	7
UNIDAD DE COMPETENCIA 1: PLANIFICAR LA ESTRATEGIA DE LA ACTIVIDAD	7
Unidad de Competencia 2: DIRIGIR Y ORGANIZAR EL PROGRAMA DE APROVISIONAMIENTO	9
Unidad de Competencia 3: DIRIGIR Y ORGANIZAR EL PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN	11
Unidad de Competencia 4: DIRIGIR Y ORGANIZAR EL PROGRAMA DE RECURSOS HUMANOS	13
II REFERENTE FORMATIVO.....	16
1. Itinerario formativo	16
1.1. Duración:.....	16
1.2. Módulos que lo componen:	16
2. Módulos formativos.....	17
Módulo 1. CULTURA Y ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA COMERCIAL	17
Contenidos teórico-prácticos:	20
Módulo 2. TÉCNICAS DE APROVISIONAMIENTO	25
Contenidos teórico-prácticos:	27
Módulo 3. COMUNICACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	31
Contenidos teórico-prácticos:	32
Módulo 4. TÉCNICAS DE VENTA	33
Contenidos teórico-prácticos:	34
Módulo 5. TÉCNICAS DE ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA	36
Contenidos teórico-prácticos:	38
Módulo 6. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS	40
Contenidos teórico-prácticos:	41
Módulo 7. COMPORTAMIENTO LIGADOS A LA SEGURIDAD E HIGIENE	43
Contenidos teórico-prácticos:	44
Módulo 8. INFORMATIZACIÓN DEL COMERCIO	47
Contenidos teórico-prácticos:	48
Módulo 9. INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA Y AL USO Y MANEJO DE APLICACIONES COMERCIALES	52
Contenidos teórico-prácticos:	53
3. Requisitos personales.....	55
3.1. Requisitos del profesorado:	55
3.2. Requisitos de acceso del alumno:	55
4. Requisitos materiales.....	55
4.1. Instalaciones	55
4.2. Equipo y Maquinaria.....	56
4.3. Herramientas y Utillaje	56
4.4. Materiales de Consumo.....	56

REAL DECRETO 1995/1995, DE 7 DE DICIEMBRE

REAL DECRETO 1995/1995, de 7 de diciembre, por el que se establece el certificado de profesionalidad de la ocupación de **Gerente de pequeño comercio**.

El Real Decreto 797/1995, de 19 de mayo, por el que se establecen directrices sobre los certificados de profesionalidad y los correspondientes contenidos mínimos de formación profesional ocupacional, ha instituido y delimitado el marco al que deben ajustarse los certificados de profesionalidad por referencia a sus características formales y materiales, a la par que ha definido reglamentariamente su naturaleza esencial, su significado, su alcance y validez territorial, y, entre otras previsiones, las vías de acceso para su obtención.

El establecimiento de ciertas reglas uniformadoras encuentra su razón de ser en la necesidad de garantizar, respecto a todas las ocupaciones susceptibles de certificación, los objetivos que se reclaman de los certificados de profesionalidad. En sustancia esos objetivos podrían considerarse referidos a la puesta en práctica de una efectiva política activa de empleo, como ayuda a la colocación y a la satisfacción de la demanda de cualificaciones por las empresas, como apoyo a la planificación y gestión de los recursos humanos en cualquier ámbito productivo, como medio de asegurar un nivel de calidad aceptable y uniforme de la formación profesional ocupacional, coherente además con la situación y requerimientos del mercado laboral, y, para, por último propiciar las mejores coordinación e integración entre las enseñanzas y conocimientos adquiridos a través de la formación profesional reglada, la formación profesional ocupacional y la práctica laboral.

El Real Decreto 797/1995 concibe además a la norma de creación del certificado de profesionalidad como un acto de Gobierno de la Nación y resultante de su potestad reglamentaria, de acuerdo con su alcance y validez nacionales, y, respetando el reparto de competencias, permite la adecuación de los contenidos mínimos formativos a la realidad socio-productiva de cada Comunidad Autónoma competente en formación profesional ocupacional, sin perjuicio, en cualquier caso, de la unidad del sistema por relación a las cualificaciones profesionales y de la competencia estatal en la emanación de los certificados de profesionalidad.

El presente Real Decreto regula el Certificado de Profesionalidad correspondiente a la ocupación de Gerente de pequeño comercio, perteneciente a la familia profesional de comercio, y contiene las menciones configuradoras de la referida ocupación, tales como las unidades de competencia que conforman su perfil profesional, y los contenidos mínimos de formación idóneos para la adquisición de la competencia profesional de la misma ocupación, junto con las especificaciones necesarias para el desarrollo de la acción formativa; todo ello de acuerdo al Real Decreto 797/1995, varias veces citado.

En su virtud, en base al artículo 1, apartado 2 del Real Decreto 797/1995, de 19 de mayo, previo informe del Consejo General de Formación Profesional, a propuesta del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 7 de diciembre de 1995.

DISPONGO

Artículo 1. - Establecimiento

Se establece el certificado de profesionalidad a la ocupación de Vendedor técnico, perteneciente a la familia profesional de comercio, que tendrá carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

Artículo 2. - Especificaciones del certificado de profesionalidad

1. Los datos generales de la ocupación y de su perfil profesional figuran en el Anexo I.
2. El itinerario formativo, su duración y la relación de los módulos que lo integran, así como las características fundamentales de cada uno de los módulos figuran en el Anexo II, apartados 1 y 2.
3. Los requisitos del profesorado y los requisitos de acceso del alumnado a los módulos del itinerario formativo figuran en el Anexo II, apartado 3.

4. Los requisitos básicos de instalaciones, equipos y maquinaria, herramientas y utillaje figuran en el Anexo II, apartado 4.

Artículo 3. - Acreditación del contrato de aprendizaje

Las competencias profesionales adquiridas mediante el contrato de aprendizaje, se acreditarán por relación a una, varias o todas las unidades de competencia que conforman el perfil profesional de la ocupación, a las que se refiere el presente Real Decreto, según al ámbito de la prestación laboral pactada que constituya el objeto del contrato, de conformidad con los artículos 3.3 y 4.2 del Real Decreto 797/1995, de 19 de mayo.

Disposición transitoria única. Plazo de adecuación de los centros autorizados a través del Plan Nacional de Formación e Inserción Profesional

Los centros autorizados para dispensar la Formación Profesional Ocupacional a través del Plan Nacional de Formación e Inserción Profesional, regulado por el Real Decreto 631/1993, de 3 de mayo, deberán adecuar la impartición de las especialidades formativas homologadas a los requisitos de instalaciones, materiales y equipos, recogidos en el Anexo II, apartado 4 de este Real Decreto, en el plazo de un año, comunicándolo inmediatamente a la Administración competente.

Disposición final primera. Habilitación normativa.

Se autoriza al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social para dictar cuantas disposiciones sean precisas para desarrollar el presente Real Decreto.

Disposición final segunda. Entrada en vigor

El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial del estado.

Dado en Madrid a 7 de diciembre de 1995.

JUAN CARLOS REY

EL MINISTRO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL
JOSÉ ANTONIO GRIÑAN MARTÍNEZ

ANEXO I

Referente Ocupacional

I. REFERENTE OCUPACIONAL

1. DATOS DE LA OCUPACIÓN

1.1. Denominación:

Gerente pequeño comercio.

1.2. Familia Profesional de:

Comercio.

2. PERFIL PROFESIONAL DE LA OCUPACIÓN

2.1. Competencia General:

Establece la orientación estratégica de la empresa, planifica su actividad administrativo-contable. Dirige y supervisa las tareas de venta, animación y aprovisionamiento del punto de venta mediante la adecuada coordinación y control del equipo humano, de acuerdo a los criterios y políticas correspondientes previamente establecidos.

2.2. Unidades de Competencia:

1. Planificar y controlar la estrategia de la actividad.
2. Dirigir y organizar el programa de aprovisionamiento.
3. Dirigir y organizar el programa de comercialización.
4. Dirigir y organizar el programa de Recursos Humanos.

2.3. Realizaciones profesionales y criterios de ejecución

UNIDAD DE COMPETENCIA 1: PLANIFICAR LA ESTRATEGIA DE LA ACTIVIDAD

REALIZACIONES PROFESIONALES	CRITERIOS DE EJECUCION
<p>1.1. Evaluar la viabilidad y factibilidad de un establecimiento comercial mediante los adecuados estudios, previsiones y análisis que garanticen una toma de decisiones correcta y consciente y un diseño comercial bien conceptualizado.</p>	<p>1.1.1. Seleccionando las líneas de productos comercializables en función del saber hacer, experiencia, los imperativos y tendencias del mercado.</p> <p>1.1.2. Seleccionando la ubicación física del establecimiento previo análisis de localización: carácter más o menos comercial de la zona, precio del suelo, área de influencia potencial, características sociales y existencia de competencia.</p> <p>1.1.3. Identificando la forma distributiva y de explotación adecuada: tipología comercial, forma jurídica y estructura organizativa.</p> <p>1.1.4. Dimensionando y caracterizado el equipo humano requerido en función de los objetivos y diseño empresarial organizativa.</p> <p>1.1.5. Identificando y valorando las instalaciones y equipos requeridos.</p> <p>1.1.6. Estimando los ingresos y gastos previsiones, identificando el umbral de rentabilidad y punto muerto.</p> <p>1.1.7. Valorando la disponibilidad de recursos financieros y/o alternativas de obtención y coste de las mismas.</p> <p>1.1.8. Identificando la documentación general necesaria y los trámites legales oportunos para el ejercicio de la actividad.</p>
<p>1.2. Dirigir la orientación estratégica de la empresa, mediante el establecimiento de las políticas comerciales y empresariales adecuadas que garanticen el posicionamiento seleccionado en el mercado.</p>	<p>1.2.1. Identificando el posicionamiento estratégico deseado en el mercado, ajustando en consecuencia las características de la oferta políticas de precios, de calidad, de amplitud de gama, de servicio.</p> <p>1.2.2. Analizando la clientela potencial y efectiva del establecimiento, identificando los segmentos objetivo de la empresa y sus gustos y necesidades.</p>

REALIZACIONES PROFESIONALES	CRITERIOS DE EJECUCION
	<p>1.2.3. Valorando la adecuación de las distintas características de la oferta del establecimiento a los segmentos de mercado seleccionados como objetivo.</p> <p>1.2.4. Analizando la competencia y sus características, identificando puntos fuertes y débiles y elementos de diferenciación frente a la misma.</p>
<p>1.3. Establecer la previsión presupuestaria del ejercicio o período considerado, de acuerdo a los objetivos establecidos y la experiencia acumulada, al objeto de disponer de un cuadro de referencia para el seguimiento de la actividad.</p>	<p>1.3.1. Estableciendo el objetivo de ventas del ejercicio y su detalle por líneas o familias de producto y temporalización, de acuerdo a la evolución de ejercicios anteriores, las expectativas existentes y la política general establecida para ese período.</p> <p>1.3.2. Estimando los diferentes capítulos de costes de explotación.</p> <p>1.3.3. Estimando los distintos pagos derivados de los costes de explotación y, en caso, de inversiones u otros gastos a realizar, y aproximado el calendario de pagos.</p> <p>1.3.4. Estimando por contraste entre cobros y pagos las necesidades financieras previsibles y las posibles alternativas.</p>
<p>1.4. Efectuar el control y seguimiento de la evolución de la actividad, analizando desviaciones y problemáticas y, en caso necesario, tomando medidas correctoras.</p>	<p>1.4.1. Analizando periódicamente las ventas por familias de productos, comparándolas con las previsiones y/o los ejercicios anteriores, así como el control de la recaudación diaria.</p> <p>1.4.2. Controlando la evolución general de los costes y analizando los márgenes de los distintos productos/líneas de productos.</p> <p>1.4.3. Analizando las desviaciones, sus causas y contrastando, en su caso, opiniones y análisis de posibles motivos, tomando las medidas correctoras oportunas.</p> <p>1.4.4. Manteniendo los contactos precisos con asesores externos de acuerdo a la forma y manera de colaboración preestablecida.</p>

Unidad de Competencia 2: **DIRIGIR Y ORGANIZAR EL PROGRAMA DE APROVISIONAMIENTO**

REALIZACIONES PROFESIONALES	CRITERIOS DE EJECUCION
<p>2.1. Establecer la política de aprovisionamiento de la empresa y efectuar la gestión operativa de las compras, valorando distintas alternativas, mantenimiento los contactos y negociaciones oportunas con los proveedores, y tomando las correspondientes decisiones, a fin de garantizar el aprovisionamiento más favorable para los objetivos y funcionamiento de la empresa.</p>	<p>2.1.1. Analizando el interés de integrarse o permanecer en agrupaciones de compra, cadenas voluntarias u otras formas de aprovisionamiento colectivo.</p> <p>2.1.2. Valorando los distintos canales de aprovisionamiento número de etapas, precios, fórmulas de pago, posibilidades de colaboración, servicio postventa seleccionando el/los que se consideran más adecuados.</p> <p>2.1.3. Dimensionando adecuadamente las necesidades de almacén, valorando el coste e interés de las distintas alternativas al respecto en el propio establecimiento o fuera de él, propio o compartido, otras.</p> <p>2.1.4. Recibiendo a representantes y/o contactado con los proveedores, seleccionando aquellos productos y proveedores que resultan de mayor interés para el establecimiento e identificando las personas claves o responsables con los que se debe negociar.</p> <p>2.1.5. Visitando ferias y salones, con el fin de informarse de tendencias y evoluciones del mercado.</p>
<p>2.2. Organizar y supervisar el aprovisionamiento efectivo del establecimiento, mediante el seguimiento de los niveles de existencias, la ejecución de los pedidos oportunos y el control de su recepción y almacenamiento, así como el control y registro administrativo de esas operaciones, garantizando el adecuado suministro del establecimiento en todo momento.</p>	<p>2.2.1. Verificando el nivel de aprovisionamiento de los diferentes productos de entrega, determinando los pedidos a ejecutar.</p> <p>2.2.2. Supervisando el cumplimiento de los plazos de entrega, de cara a la limitación de retrasos o la obtención de compensaciones oportunas.</p> <p>2.2.3. Supervisando la recepción de las mercancías, controlando la conformidad de los albaranes con la entrega y procediendo al registro administrativo y de almacenamiento pertinente.</p>

REALIZACIONES PROFESIONALES	CRITERIOS DE EJECUCION
	<p>2.2.4. Controlando el buen estado de los productos recibidos, procediendo en su caso a las devoluciones oportunas, previa cumplimentación de los albaranes y documentación necesaria para la devolución.</p> <p>2.2.5. Supervisando el correcto almacenamiento o ubicación de los productos recibidos de acuerdo a sus características, según las normas preestablecidas al respecto.</p> <p>2.2.6. Efectuando o supervisando la realización de inventarios con periodicidad variable.</p>

Unidad de Competencia 3: **DIRIGIR Y ORGANIZAR EL PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN**

REALIZACIONES PROFESIONALES	CRITERIOS DE EJECUCION
<p>3.1. Organizar, diseñar el punto de venta y supervisar las tareas de reposición y animación del mismo, aplicando las oportunas técnicas de diseño, merchandising y publicidad, y coordinando las diferentes actuaciones de los empleados al respecto, para garantizar una presencia y funcionamiento óptimo del establecimiento.</p>	<p>3.1.1. Concibiendo la disposición física y/o renovación de las instalaciones del establecimiento: ubicación de expositores, lineales y vitrinas: Con el asesoramiento técnico pertinentes.</p> <p>3.1.2. Estableciendo la distribución y/o los criterios para la distribución y reposición de los artículos en la superficie de venta.</p> <p>3.1.3. Estableciendo los criterios, programas y/o diseños para la disposición de escaparates y vitrinas, y señalización de publicidad interna y externa (luces, carteles, displays).</p> <p>3.1.4. Organizando acciones publicitarias y promocionales y, en caso, participando en las propuestas decididas por la agrupación de compras.</p> <p>3.1.5. Supervisando y controlando la instalación y montaje de escaparates y vitrinas, y su renovación.</p> <p>3.1.6. Supervisando la presentación y estado de los productos expuestos, su reposición, y el mantenimiento de la limpieza, orden y visibilidad adecuada de los mismos.</p> <p>3.1.7. Supervisando el correcto etiquetado y la adecuada disposición de carteles informativos publicitarios y promocionales de modo que resulten visibles y legibles.</p>
<p>3.2. Supervisar las relaciones con la clientela, ofreciendo asesoramiento a los clientes, vendiendo directamente en ocasiones, y resolviendo los problemas derivados de quejas y reclamaciones para garantizar el adecuado servicio del establecimiento.</p>	<p>3.2.1. Controlando el flujo de clientes existente en cada momento, y las operaciones de venta que están ejecutando los vendedores a fin de intervenir adecuadamente si es necesario.</p> <p>3.2.2. Acogiendo, asesorando y utilizando las técnicas de venta oportunas en función de las necesidades y el momento.</p>

REALIZACIONES PROFESIONALES	CRITERIOS DE EJECUCION
	<p>3.2.3. Resolviendo las reclamaciones registrados, que el dependiente no hay podido solventar, recabando las información adicional que considere necesario, todo ello dentro de un marco adecuado, armónico y respetuoso.</p> <p>3.2.4. Controlando la correcta distribución de los pedidos en lo que se refiere a productos, cantidades, calidades y plazo de entrega a fin de garantizar la satisfacción del cliente, en los casos que se realice recepción telefónica de pedidos y posterior reparto a domicilio.</p>

Unidad de Competencia 4: **DIRIGIR Y ORGANIZAR EL PROGRAMA DE RECURSOS HUMANOS**

REALIZACIONES PROFESIONALES	CRITERIOS DE EJECUCION
<p>4.1. Dirigir la gestión del personal del establecimiento, en el marco de las relaciones laborales vigentes y de acuerdo a las necesidades previstas y la política de recursos humanos establecida.</p>	<p>4.1.1. Negociando y estableciendo las retribuciones del personal, en el marco de la legalidad vigente y los acuerdos específicos establecidos con los trabajadores.</p> <p>4.1.2. Velando por la correcta aplicación de la legalidad vigente y los acuerdos adaptados en relación al resto de condiciones de trabajo períodos vacacionales, descansos, seguridad e higiene, otras.</p> <p>4.1.3. Analizando los distintos puestos de trabajo, determinando los criterios de rotación y especialización que les afectan.</p> <p>4.1.4. Decidiendo el reclutamiento de personal en número y perfil profesional adecuado a la necesidad existente, efectuando el proceso de selección correspondiente. En función de las necesidades cuantitativos y cualitativos.</p> <p>4.1.5. Decidiendo las promociones y/o sanciones de acuerdo a la evaluación realizada del comportamiento y resultados del personal.</p> <p>4.1.6. Decidiendo y/o propuesto la realización de acciones formativas en aquellas temáticas y para que ellos trabajadores que considera adecuado.</p>
<p>4.2. Supervisar y coordinar el funcionamiento del equipo humano, distribuyendo las tareas y coordinando su ejecución, de modo que se garantice el adecuado funcionamiento del establecimiento.</p>	<p>4.2.1. Distribuyendo y coordinando el trabajo de los miembros de su equipo de acuerdo a las necesidades previstas, transmitiendo las oportunas directrices de actuación en relación.</p> <p>4.2.2. Estableciendo los oportunos turnos y planning de horarios, según las necesidades del establecimiento.</p> <p>4.2.3. Reorganizando las asignaciones de tareas de forma que se optimicen las intervenciones de acuerdo a los criterios de prioridad y urgencia ante situaciones imprevistas.</p>

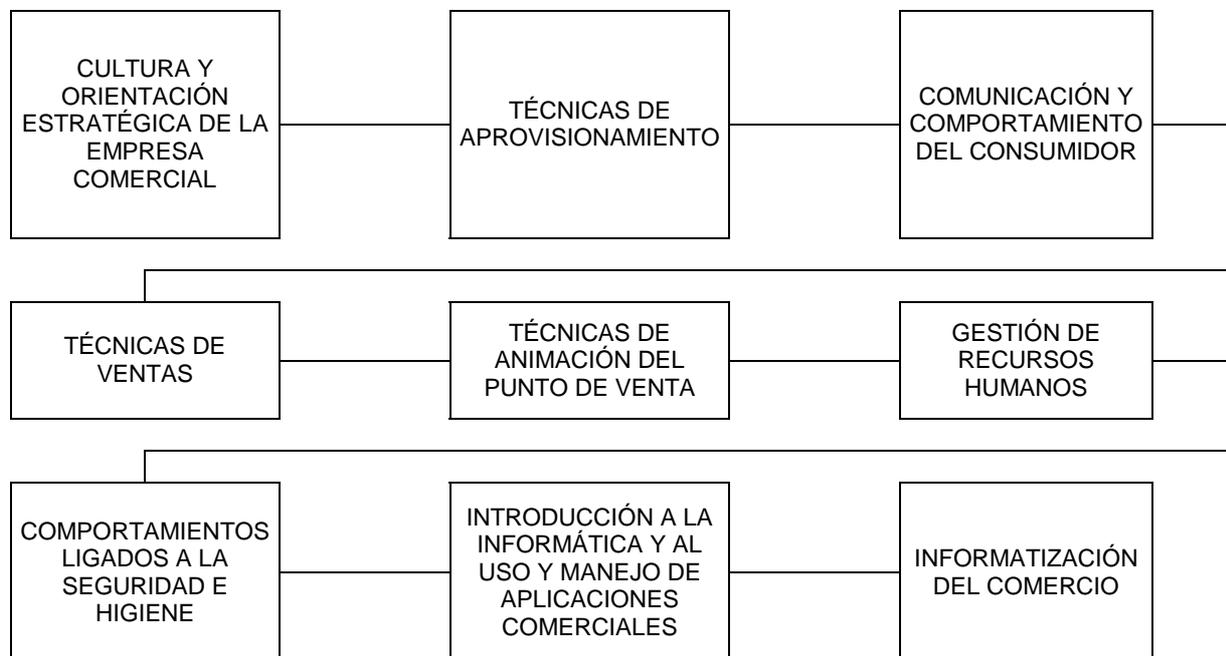
REALIZACIONES PROFESIONALES	CRITERIOS DE EJECUCION
	<p>4.2.4. Procediendo a efectuar el seguimiento y control del comportamiento del equipo, corrigiendo las actitudes y prácticas de venta inadecuadas, y transmitiendo y estimulando las técnicas precisas y los comportamientos competitivos.</p> <p>4.2.5. Vigilando el cumplimiento de los horarios, previendo y solicitando eventualmente la realización de horas extras de acuerdo a la legislación vigente.</p> <p>4.2.6. Complimentando y transmitiendo puntualmente los documentos administrativos establecidos por la empresa para el control de asistencias, horas trabajadas.</p>

ANEXO II

Referente Formativo

II. REFERENTE FORMATIVO

1. ITINERARIO FORMATIVO



1.1. Duración:

Conocimientos prácticos:	435 Horas
Conocimientos teóricos:	240 Horas
Evaluaciones:	45 Horas
Duración Total:	720 Horas

1.2. Módulos que lo componen:

1. Cultura y orientación estratégica de la Empresa Comercial.
2. Técnicas de aprovisionamiento.
3. Comunicación y comportamiento del consumidor.
4. Técnicas de ventas.
5. Técnicas de animación del punto de venta.
6. Gestión de recursos humanos.
7. Comportamiento ligados a la Seguridad e Higiene.
8. Introducción a la Informática y al uso y manejo de aplicaciones comerciales.
9. Informatización del Comercio.

2. MÓDULOS FORMATIVOS

Módulo 1. CULTURA Y ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA COMERCIAL

(Asociado a la U.C. Planificar la estrategia de la actividad.)

Objetivo General del Módulo: Analizar el sistema distributivo y aplicar procedimientos para establecer la orientación estratégica comercial, identificando sus funciones y tareas mediante la definición de políticas comerciales y empresariales, con objeto de orientar y mantener su actuación en el mercado de trabajo de acuerdo a sus propias capacidades.

Duración: 250 horas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
<p>1.1. Analizar el sistema distributivo y el tejido empresarial que lo configura, identificando funciones y tareas que le son propias.</p>	<p>1.1.1. Identificar los circuitos más habituales de la distribución comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Productores/mayoristas/minoristas ▪ Minoristas/consumidores. <p>1.1.2. Enumerar y caracterizar las principales tipologías o formas distributivas del comercio mayorista:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mayorista tradicional. ▪ Cash and carry. ▪ Centrales de Compra. <p>1.1.3. Enumerar y caracterizar las principales tipologías o formas distributivas del comercio minorista:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecimiento tradicional. ▪ Cadenas sucursalistas. ▪ Franquicias. ▪ Pequeñas superficies en autoservicio: Autoservicio. ▪ Medias y grandes superficies en autoservicio: Supermercados. Hipermercados Grandes Almacenes. <p>1.1.4. Integrar las funciones/tareas de la ocupación en el conjunto de funciones del establecimiento comercial.</p> <p>1.1.5. Identificar las relaciones que genera su actividad laboral con otros departamentos y ocupaciones de la empresa.</p> <p>1.1.6. Analizar las orientaciones comerciales de la competencia identificando las ventajas y desventajas competitivas y elementos de diferenciación frente a la misma.</p>

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	<p>1.1.7. Analizar la evolución del área de influencia: perspectivas de crecimiento poblacional, desarrollo comercial de la zona, implantación de nuevos competidores,...</p> <p>1.1.8. Analizar detalladamente las características de las instalaciones, equipos y materiales para organizar su adecuada utilización.</p> <p>1.1.9. Identificar los competidores de la empresa para clasificarlos tanto cuantitativa como cualitativamente.</p> <p>1.1.10. Identificar los esfuerzos de promoción y publicidad de la competencia y el producto en general, en prensa y otros medios de comunicación.</p>
<p>1.2. Analizar el entorno económico, jurídico y social de la empresa.</p>	<p>1.2.1. Interpretar la información que suministran los ratios económicos financieros más utilizados en la valoración de la situación patrimonial de pequeños establecimientos comerciales.</p> <p>1.2.2. Explicar el ciclo de negocio básico de un pequeño establecimiento comercial, estableciendo la relación adecuada entre los flujos, compras, ventas, pagos y cobros.</p> <p>1.2.3. Identificar las variables económicas y comerciales fundamentales que deben considerarse para determinar la actividad, dimensión, ubicación y organización funcional de un pequeño establecimiento comercial, precisando las fuentes que proporcionan información relevante al respecto.</p> <p>1.2.4. Distinguir las diferentes formas jurídicas de empresa, identificando en cada caso el grado de responsabilidad y los requisitos legales mínimos para su constitución.</p> <p>1.2.5. Describir las características de los impuestos indirectos que afectan el tráfico de la empresa y los directos sobre beneficios precisar el calendario fiscal correspondiente a las empresas individuales y colectivas.</p> <p>1.2.6. Describir el tipo de responsabilidad en que se incurre por incumplimiento de las obligaciones fiscales.</p>

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	<p>1.2.7. Identificar ventajas e inconvenientes de la autofinanciación y financiación ajena para el desarrollo de la actividad en un pequeño establecimiento comercial.</p> <p>1.2.8. Deducir la composición y proporción idónea de los elementos patrimoniales de un establecimiento comercial.</p> <p>1.2.9. Describir las características básicas de los distintos tipos de contratos laborales, identificando sus requisitos, duración, jornadas, trámites de formalización y subvenciones y exenciones.</p> <p>1.2.10. Identificar el marco legal general que regula las relaciones laborales en el sector comercial: Estatuto de los trabajadores, Ordenanzas, Convenios colectivos, etc.</p>
<p>1.3. Formular y definir las políticas comerciales para posicionamiento estratégico de un establecimiento.</p>	<p>1.3.1. Identificar y seleccionar la política que afecta al surtido de productos teniendo en cuenta las ventas y resultados de gestión; calidad y amplitud de gama.</p> <p>1.3.2. Definir diferentes políticas de precios y seleccionar las coherentes para distintos posicionamientos estratégicos y segmentos objetivo de clientela.</p> <p>1.3.3. Identificar y definir posibles acciones de comunicación, acciones promocionales o publicitarias en función del posicionamiento deseado.</p> <p>1.3.4. Identificar y seleccionar métodos y técnicas de distribución considerando las posibles combinaciones y complementariedad entre ellas.</p>
<p>1.4. Aplicar eficazmente el programa de mantenimiento y control en todos los procesos que afectan a la actividad comercial.</p>	<p>1.4.1. Destacar la importancia de la reducción de stock y plazos, aproximación de actividades, cero averías, cero defectos y alisado de la demanda.</p> <p>1.4.2. Obtener y analizar informaciones sobre las causas y cuantías de los tiempos improductivos aplicando técnicas apropiadas de medición del trabajo.</p>

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	<p>1.4.3. Estudiar la conveniencia de la utilización de un sistema de Calidad total, mediante el análisis de costes.</p> <p>1.4.4. Analizar el conjunto de actividades realizadas, para asegurar que la calidad del servicio prestado, satisface las necesidades del cliente.</p> <p>1.4.5. Determinar la importancia de establecer buenos canales de información para la obtención de la Calidad Total.</p>

Contenidos teórico-prácticos

- Estructura de la distribución comercial.
 - Funciones.
 - Circuitos de Distribución:
 - Productor/Mayorista/Minorista.
 - Minorista/consumidor.
 - Formas de distribución:
 - Mayoristas: Mayoristas tradicionales, cash and carry, etc.
 - Minoristas: Establecimiento Tradicional; pequeñas superficies en autoservicio (autoservicios); medias y grandes superficies en autoservicio (supermercados, hipermercados); grandes almacenes.
 - Formas de Explotación:
 - Pequeñas empresas familiares.
 - Pequeñas y medianas empresas con asalariados.
 - Cooperativas de consumo.
 - Cadenas sucursalistas.
 - Franquicias.
- La empresa comercial y la ocupación.
 - Las funciones de la empresa comercial: Compras, Almacenaje, Ventas, Dirección y Gestión, Marketing y Merchandising.
 - Imágen de la Empresa.
 - Relaciones funcionales (interdepartamentales):
 - Organigramas.
 - Tareas/funciones.
 - Relaciones interdepartamentales.
 - Ocupaciones "próximas" profesionalmente.
 - La ocupación y el sector comercial:
 - Formas distributivas en las que aparece la ocupación.
 - Formas de explotación y tamaños en los que aparece la ocupación.
 - Importancia cuantitativa de la ocupación en las empresas.
- Entorno de la Empresa.
 - El contexto de la actividad económica general: Indicadores de la economía nacional:
 - Cifras claves: indicadores económicos, comparaciones internacionales.

- Puntos de referencia sobre la situación económica: expansión/recesión, inflación/desinflación, paro/pleno empleo.
- El contexto de la actividad comercial: Estructura de la Distribución:
 - Funciones.
 - Circuitos de Distribución.
 - Función de los intermediarios.
- Evolución y formas de comercio.
 - Comercio independiente.
 - Comercio asociado.
 - Comercio integrado.
 - Urbanismo Comercial.
 - Perspectivas de evolución.
 - Evolución de la distribución: motivos económicos, jurídicos y socioculturales.
 - Tendencias de concentración.
- El Mercado.
 - Clientela y competidores:
 - Aspectos cuantitativos y cualitativos del mercado.
 - Fuentes de información internas y externas.
 - Técnicas de estudio de mercado: encuestas, estudios de motivación, paneles.
 - El área de venta/influencia:
 - Definición.
 - Potencial económico de la zona: población actual, potencial de gastos (ingresos medios, nivel de vida, etc.)
 - Evaluación de la competencia: reparto cuantitativo, geográfico, orientaciones comerciales.
 - Concepto de evasión.
 - Influencia del establecimiento.
 - La clientela actual y potencial:
 - Tipologías de clientes.
 - Hábitos y motivaciones de compra.
 - Comportamientos de compra.
 - Segmentación.
- Posicionamiento.
 - El surtido:
 - Composición.
 - Caracterización: amplio, profundo, estructurado.
 - La política de precios:
 - Objetivos.
 - Modalidades.
 - Fijación del precio de venta
 - Porcentaje sobre el precio de compra.
 - Impuesto sobre el valor añadido, coeficiente multiplicador.
 - Impuestos específicos sobre ciertos bienes o servicios.
 - Cálculo del precio de venta mediante la aplicación de un coeficiente multiplicador (incluyendo IVA y margen).
 - Descuentos.
 - Niveles de precios.
 - Determinación del precio teniendo en cuenta la competencia y la aceptación por parte del cliente.
 - Formas y técnicas de venta:

- Venta de contacto.
- Venta impersonal.
- Venta en tienda.
- Venta a distancia.
- Venta en autoservicio.
- Servicios ofertados:
 - Horario de apertura.
 - Servicios complementarios.
 - Condiciones de entrega, de crédito.
 - Asistencia Técnica.
- Estilo de comunicación e imagen del punto de venta:
 - Logotipo.
 - Ambiente.
 - Comunicación publicitaria y promocional.
- Criterios para la elección del posicionamiento del punto de venta:
 - La competencia.
 - La clientela.
 - Las orientaciones comerciales.
- Marco Jurídico de los Intercambios Comerciales:
 - Reglamentación comercial:
 - En materia de horarios.
 - En materia de precio: fijación y exhibición.
 - En materia de rebajas.
 - En materia de promoción.
 - En materia de devoluciones.
 - Reglamentación Comunitaria.
- Tratamiento Contable de las Operaciones Corrientes de Explotación.
 - Principios contables:
 - Partida doble.
 - Plan General de Contabilidad.
 - Clasificación de las Cuentas.
 - Documentos contables de síntesis:
 - Balance de situación.
 - Principales componentes del Activo.
 - Principales componentes del Pasivo.
 - Cuenta de resultados.
 - Organización del trabajo contable:
 - Libros utilizados.
 - Exigencias formales.
 - Preparación del trabajo contable:
 - Análisis de los elementos contables.
 - Imputación.
 - Codificación y elaboración de información.
 - Recogida de información contable manual y/o informatizada.
 - Controles.
 - Operaciones tratadas:
 - Compras de mercancías, suministros, inmovilizado.
 - Ventas de mercancías y servicios.

- Cobros-Pagos.
- Otras operaciones:
 - Amortizaciones.
 - Provisiones.
 - Variaciones de stocks.
- Ciclos contables.
- Referencias analíticocontables.
 - Clasificación de costes:
 - Fijos y Variables.
 - Directos e Indirectos.
 - Cálculo de costes variables y márgenes sobre los mismos.
 - Umbral de rentabilidad.
- Tesorería.
 - Componentes:
 - Necesidades de tesorería.
 - Cuentas financieras.
 - Flujos de entrada y salida.
 - Seguimiento de tesorería:
 - Situación de tesorería.
 - Concepto de excedente e insuficiencia.
 - Cuadro de seguimiento, datos reales y previsionales.
 - Pagos y cobros en metálico, cheques, letras y efectos comerciales.
 - Seguimiento de las cuentas:
 - Control de cuentas de clientes y proveedores.
 - Cuentas bancarias.
 - Estrategias de tesorería.
 - Créditos bancarios a corto plazo.
 - Créditos de proveedores.
 - Control y seguimiento de clientes.
 - Inversiones a corto plazo.
 - Criterios de selección.
 - Soluciones comerciales creadoras de flujos de tesorería.
- El sistema fiscal:
 - Tipos de impuestos.
 - Las grandes líneas de imposición.
 - Personas físicas y personas jurídicas.
- Impuestos que gravan la actividad:
 - El impuesto de actividades económicas I.A.E.
 - Carácter Municipal.
 - La actividad como referencia: Ubicación y prestación del servicio.
 - Cálculo de la cuota: Cuota de tarifa y Superficie de locales.
 - odelos documentales de alta; lugar de presentación.
 - El impuesto sobre el valor añadido I.V.A.
 - Naturaleza del impuesto.
 - Sujeto pasivo. Base imponible. El tipo.
 - Liquidación: IVA repercutido e IVA soportado; plazos: modelos documentales.
 - Regímenes especiales.

- Régimen del comercio minorista: Recargo de equivalencia y determinación proporcional de la base imponible.
- Impuesto que gravan la renta/beneficio:
 - El impuesto sobre la renta de las personas físicas I.R.P.F.
 - Componentes de la renta.
 - Rendimientos de actividades empresariales y profesionales: Formas de determinar los rendimientos.
 - Directa.
 - Estimación Objetiva: por coeficiente; por índices, signos o módulos.
 - Calendario: Pagos Fraccionados.
 - Modelos documentales.
 - El impuesto de sociedades:
 - Componentes de la renta.
 - Determinación de la renta: Ingresos computables; Gastos deducibles; Tipo impositivo.
 - Liquidación del impuesto: Deducciones.
 - Período de liquidación. Pagos a cuenta.
 - Modelos documentales.
- Marco jurídico laboral:
 - El Marco de las relaciones laborales: Estatuto de los trabajadores. Ordenanzas laborales, Convenios colectivos.
 - Tipología de contratos.
 - La Seguridad Social: Funciones, Obligaciones, Prestaciones.
 - Trámites y requisitos para el desarrollo de una actividad profesional por cuenta propia:
 - Seguridad Social.
 - Aspectos Fiscales.
 - Requisitos contables y formalidades.
- Gestión de la Calidad:
 - Planificación estratégica de Calidad.
 - Procedimientos de Control.
 - Responsabilidades del Control de Calidad.
 - Enfoques participativos a la responsabilidad sobre la Calidad.
 - Principios de participación. Teorías X Y Z.
 - Círculos de Calidad.
 - Tecnología de la Ingeniería para el control de los procesos.
 - Auditoría de calidad.
 - El control estadístico.
 - Control Preposterior.
 - Análisis del Coste de la Calidad Total.
 - Normalización, Homologación y Certificación del producto.
 - El Plan de Control de Calidad.

Módulo 2. TÉCNICAS DE APROVISIONAMIENTO

(Asociado a la U.C.: Dirigir y organizar el programa de aprovisionamiento)

Objetivo General del Módulo: Definir el marco estratégico de aprovisionamiento de la empresa y llevar a cabo las operaciones concretas de compra y almacenaje de forma que se optimice los intereses de la empresa.

Duración: 130 horas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
2.1. Aplicar las técnicas adecuadas en un marco predefinido de aprovisionamientos.	2.1.1. Identificar los diferentes canales de compra existentes de forma que resulte más beneficiosa para el comercio. 2.1.2. Valorar la posibilidad de adherirse a una agrupación de compras identificando ventajas e inconvenientes. 2.1.3. Negociar las condiciones de compra con los proveedores: <ul style="list-style-type: none">▪ Precio.▪ Volúmenes de compra.▪ Condiciones de entrega.▪ Condiciones de pago y financiación.▪ Operaciones promocionales.▪ Cooperación publicitaria o promocional.▪ Servicio postventa.▪ Ateniéndose a la normativa que regula los contratos de compra. 2.1.4. Definir la negociación de compra, en base a: <ul style="list-style-type: none">▪ Objetivos a alcanzar.▪ Margen de maniobra.▪ Anticipar las consecuencias.▪ Prever un plan de acción. 2.1.5. Analizar la correspondencia entre presupuestos y planes de compra. 2.1.6. A partir de informaciones sobre la evolución de ventas y márgenes por productos y familias de productos durante un período o temporada, establecer sugerencias y proposiciones para la composición del surtido.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	<p>2.1.7. Evaluar y analizar el comportamiento y eficacia de la acción de compra para identificar las causas del éxito o fracaso de una negociación de compra.</p>
<p>2.2. Analizar procesos de almacenaje, definir la distribución interna, sistemas de manipulación y expedición de pedidos, respetando la normativa de seguridad e higiene.</p>	<p>2.2.1. Verificar que los partes de ventas coinciden con las unidades físicas en el establecimiento a fin del mantenimiento del stocks.</p> <p>2.2.2. Analizar el nivel de ocupación para zonas o secciones de almacenaje.</p> <p>2.2.3. Prever la utilización óptima de la superficie disponible.</p> <p>2.2.4. Sensibilizar, informar y formar el personal sobre procedimientos y normas de seguridad.</p> <p>2.2.5. Determinar y analizar el origen y causa de los imprevistos o disfunciones constatadas (seguridad, transporte interno).</p> <p>2.2.6. Formular y argumentar propuestas sobre métodos o equipos susceptibles de optimizar el proceso de almacenamiento.</p> <p>2.2.7. Identificar, consultar y manejar el conjunto de informaciones internas o externas necesarias para la preparación y expedición de pedidos (departamento comercial, departamento de producción, clientes, servicios de transporte,nivel de stocks,.).</p> <p>2.2.8. Establecer y organizar ordenadamente la zona de preparación de pedidos, equipo humano, medios y materiales para asignar.</p>
<p>2.3. Identificar el flujo de productos y planos de carga y entrega óptima para reducir los plazos y cortes de expedición.</p>	<p>2.3.1. Interpretar verificaciones cuantitativas y cualitativas sobre pedidos, con el fin de tomar medidas correctoras frente a distintos imprevistos y disfunciones.</p> <p>2.3.2. Comprobar que la mercancía recibida es conforme, en cuanto a calidad y cantidad del pedido realizado.</p>

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	2.3.3. Verificar que la mercancía recibida va acompañada de la documentación necesaria y que los datos son conformes a las condiciones establecidas.
2.4. Aplicar los procedimientos de control y valoración de existencias en almacén.	2.4.1. Analizar los procedimientos administrativos relativos al registro y control de la recepción, almacenamiento y expedición de existencias. 2.4.2. Detallar los requisitos formales de los documentos generados en los procesos según procedimiento habitual. 2.4.3. Describir los moldes de realización de inventarios y detallar la finalidad de cada uno de ellos. 2.4.4. Detectar y en su caso evaluar las posibles desviaciones entre las fichas de almacén actualizados y el inventario. 2.4.5. Detectar las necesidades de reaprovisionamiento de acuerdo al procedimiento fijado. 2.4.6. Conocer y explicar la necesidad de la rotación de los stocks. 2.4.7. Conocer los componentes de stocks máximo y mínimo, nivel de seguridad y punto de pedido, identificando las variables que intervienen en cada uno. 2.4.8. Conocer la documentación exigida por la legislación vigente y comprender la información que contienen.

Contenidos teórico-prácticos

- Recepción de mercancías y/o productos.
 - Función de la Recepción.
 - Documentos e informaciones.
 - Organización material y administrativa.
 - Controles cuantitativos y cualitativos:
 - Tipos de controles.
 - Técnicas de control: documentos, visuales, análisis técnicos, etc.
 - Legislación y reglamentación.

- Formulación de reclamaciones.
- Almacenaje.
 - Función del almacenaje.
 - Métodos y técnicas de almacenamiento.
 - Materiales y equipos de manipulación de cargas y mercancías.
 - Organización de almacenes.
 - Clasificación de existencias.
 - Sistemas de codificación.
 - Criterios de elección de métodos.
 - Exigencias técnicas, reglamentarias y de organización.
 - Métodos de asignación de zonas de almacenaje.
 - Criterios de determinación de emplazamientos.
 - Asignación de puestos de trabajo.
- Preparación y expedición de pedidos.
 - Técnicas y modos operativos.
 - Organización administrativa de la preparación de pedidos.
 - Medios y equipos materiales.
 - Sistemas de control y verificación.
 - Clasificación y tipos de embalajes.
 - Aspectos técnicos de los embalajes.
 - Clasificación y tipos de etiquetado.
 - Criterios de elección del embalaje y etiquetado: producto, medio de transporte, destino, etc.
 - Normalización de embalajes y etiquetados.
 - Organización administrativa de la expedición: documentos, etiquetas, relaciones entre los departamentos.
 - Organización de los muelles de expedición.
 - Planning de expedición: mercancías, materiales, personal, transportistas, etc.
 - Obligaciones de expedición: mercancías, transporte, destinatario.
 - Métodos y formas de carga.
 - Reglamentación y seguridad.
- Actividades de transporte.
 - Organización del transporte:
 - Transporte por carretera (por lotes, agrupación, fletamiento).
 - Transporte por ferrocarril (tren completo, wagones).
 - Transportes multimodales.
 - Materiales de transporte: tipos, dimensiones útiles, carga útil.
 - Elaboración de un plan de carga en función del material de transporte a utilizar.
 - Contratos ligados a la prestación de transporte:
 - Los contratos de transporte (nacional, internacional) y de comisión.
 - Obligaciones de las partes, identificación de documentos.
 - Reglamento y normativa de litigios:
 - Pérdidas, averías y retrasos.
 - Evaluación de perjuicio.
 - Solicitud de indemnización.
 - Seguimiento de un dossier de litigio.
- Gestión de los stocks.
 - Función de stocks:
 - Concepto, origen y naturaleza.

- Clasificación y tipología.
- Niveles de stock: máximo, medio, mínimo, seguridad.
- Análisis de stocks:
 - 20/80.
 - Curva ABC.
 - Índices de análisis: tasa de rotación, de ruptura, de cobertura.
- Coste y valoración de stocks:
 - Costes de gestión, de adquisición, de mantenimiento, de ruptura, etc.
 - Sistemas de valoración: PMP, LIFO, FIFO y NIFO.
 - Actualización de stocks.
 - Depreciación de stocks.
- Inventarios:
 - Finalidad.
 - Principios y Métodos.
 - Clasificación y elaboración.
 - Inventario físico y contable.
- Métodos de gestión de stocks:
 - Concepto de equilibrio de costes.
 - Cálculo de la cantidad más rentable económicamente.
 - Cálculo de la periodicidad más rentable.
 - Principio de los métodos a punto de pedido.
 - Stock de seguridad: justificación, cálculo, tasa de servicio.
- Evolución de la gestión de stock:
 - Nuevas tecnologías.
 - Influencias del entorno financiero, comercial y de producción.
- Circuitos de Aprovisionamiento:
 - Compra directa.
 - Mayoristas tradicionales.
 - Cash and carry.
 - Agrupación de compras.
 - Representantes.
- Preparación de la Compra.
- Informaciones internas:
 - Plan de Compras y Presupuesto de Compras.
 - Cantidad económica a pedir.
 - Necesidad de compra.
- Informaciones externas:
 - Búsqueda de proveedores.
 - Cantidad económica a pedir.
 - Necesidad de compra.
- Selección de proveedores:
 - Ofertas de proveedores.
 - Comparaciones de ofertas: criterios de cálculo comercial: test, ensayos.
- Operación de Compra:
 - Condiciones a negociar:
 - Precios.
 - Cantidades.
 - Descuentos.

- Condiciones de envío y pago.
- Operaciones promocionales.
- Negociación de compra:
 - Prospección.
 - Preparación.
 - Etapas.
 - Consolidación.
 - Técnicas.
- Decisión de compra: valor de la prestación global del proveedor.
- Realización y transmisión del pedido.
- Relación comprador-proveedor: contrato de compra.
- Seguimiento de la compra.
 - El seguimiento de los plannings.
 - El respeto de las condiciones negociadas.
 - Las dificultades en relación al producto.

Módulo 3. COMUNICACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

(Asociado a la U.C.: Dirigir y organizar el programa de comercialización).

Objetivo General del Módulo: Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación y venta orientados a los procesos de preparación de la venta.

Duración: 50 horas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
3.1. Aplicar técnicas de comunicación oral en los procesos relacionales con la atención al cliente.	3.1.1. Clasificar y caracterizar las distintas etapas de un proceso de comunicación, contextualizándolas en situaciones de atención al cliente. 3.1.2. Identificar los elementos de la comunicación: naturaleza, destino, cantidad, calidad. 3.1.3. Detectar correctamente las necesidades y comportamientos del cliente. 3.1.4. Conocer los métodos utilizados habitualmente en la mediación de reclamaciones. 3.1.5. Transmitir personal o telefónicamente informaciones sin alteraciones en sus contenidos. 3.1.6. Elaborar el escrito de una solicitud de información o una reclamación que observe el tratamiento adecuado, redactado claramente y de forma concisa en función de su finalidad.
3.2. Efectuar la preparación de las ventas mediante el análisis de la oferta del establecimiento y las características de la clientela.	3.2.1. Consultar fichas analíticas y dossiers de productos a efectos de información y conocimiento sobre los mismos. 3.2.2. Identificar familias de productos y gamas de los mismos, disponibles en la oferta del establecimiento. 3.2.3. Identificar motivaciones, frenos y móviles de compra de los clientes. 3.2.4. Establecer los perfiles de los consumidores/compradores potenciales del establecimiento. 3.2.5. Analizar las actitudes de los clientes y sus reacciones, distinguiendo entre consumidores por impulso y compradores racionales.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	3.2.6. Adecuar las técnicas de venta básicas para captar la atención y despertar el interés en función del tipo de cliente y los productos ofertados.

Contenidos teórico-prácticos

- Técnicas de comunicación.
 - Elementos de la comunicación: objeto, sujetos, contenidos, canales, códigos.
 - Proceso de comunicación: emisor, receptor, mensaje, feedback.
 - Dificultades en la comunicación: de orden técnico, afectivo, obstáculos individuales y colectivos.
 - Las funciones del mensaje.
 - Los niveles de comunicación: contenido manifiesto, latente, no verbal.
 - Actitudes y técnicas favorecedoras de la comunicación.
 - Comunicación comercial y publicitaria.
 - Tipos de entrevistas o reuniones.
 - Comunicación técnica.
- Comportamientos de Compra y Venta.
 - El vendedor:
 - Perfiles: cualidades humanas, psíquicas, intelectuales, psicológicas.
 - Motivaciones profesionales.
 - Medios de comunicación: corporales, rostro, gestos, expresiones, palabras, tono de voz, lenguaje.
 - Formación de base y perfeccionamiento del vendedor.
 - Evaluación y control de sí mismo; desarrollo personal.
 - Técnicas de afirmación de la personalidad.
 - El comprador:
 - Móviles y motivaciones de compra.
 - Hábitos de compra.
 - Actitudes del consumidor frente a la calidad, la marca y el precio.
 - Tipologías de consumidores.
 - Nociones sobre las técnicas de conocimiento del consumidor.
 - Caracterología.
 - Observación psicológica.

Módulo 4. TÉCNICAS DE VENTA

(Asociado a la U.C.: Dirigir y organizar el programa de comercialización)

Objetivo General del Módulo: Utilizar eficazmente las técnicas de venta orientadas a los procesos de desarrollo y cierre de la misma.

Duración: 75 horas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
4.1. Aplicar las técnicas adecuadas en el desarrollo y cierre de la venta.	4.1.1. Describir las fases fundamentales de un proceso de venta en situaciones tipo. 4.1.2. Explicar las técnicas básicas de negociación de condiciones y de cierre de la venta en función del tipo de cliente. 4.1.3. Identificar la documentación que formalice la venta, a partir de unas condiciones pactadas y de acuerdo con la normativa vigente. 4.1.4. Seleccionar según las características del producto y la imagen que se quiere transmitir el empaquetado y embalado de los distintos productos.
4.2. Aplicar los procedimientos de registro y cobro de las operaciones de compraventa mediante la utilización y manejo con fiabilidad y exactitud de los equipos y técnicas adecuadas.	4.2.1. Reconocer y analizar la composición y funciones del equipo de caja Terminal Punto de Venta (TPV). 4.2.2. Enumerar sistemas de codificaciones y el significado de los diferentes dígitos. 4.2.3. Utilización correcta del teclado para introducir datos/códigos referentes a la venta. 4.2.4. Identificar la validez de vales, descuentos, bonos, en relación a campañas promocionales en vigor. 4.2.5. Aplicar los distintos mecanismos del cálculo para la obtención del importe de la venta. 4.2.6. Verificar y aplicar el procedimiento correcto para las diferentes formas de pago: cheques, tarjetas de crédito, efectivo. 4.2.7. Identificar y evaluar los procedimientos de apertura de caja, ordenando y cuantificando los fondos existentes en la misma.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	<p>4.2.8. Identificar las necesidades de materiales complementarios y conocer el procedimiento para su obtención según normas establecidas.</p> <p>4.2.9. Identificar y evaluar los procedimientos de cierre de caja, analizando las oportunas operaciones que darían lugar al mismo.</p> <p>4.2.10. Identificar el proceso de devolución de los fondos a la caja central, al banco o persona responsable.</p> <p>4.2.11. Saber cumplimentar correctamente la documentación acreditativa de la compraventa.</p>
<p>4.3. Efectuar la consolidación y el seguimiento de las ventas.</p>	<p>4.3.1. Describir los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio Postventa.</p> <p>4.3.2. Explicar el significado e importancia del servicio postventa en los procesos comerciales.</p> <p>4.3.3. Enjuiciar la eficacia de la venta y sacar conclusiones para adaptar sus actuaciones futuras.</p> <p>4.3.4. Enumerar los medios más habituales que aseguran la fidelidad de la clientela.</p>

Contenidos teórico-prácticos

- Metodología de Conocimiento de los Productos.
 - Relación entre necesidades y productos.
 - Características técnicas, comerciales y psicológicas:
 - Presentación.
 - Condiciones de utilización.
 - Precio.
 - Marca.
 - Publicidad.
 - Ciclo de vida del producto.
- La Venta de Contacto. Atención personalizada.
 - El diálogo de venta:
 - La acogida: toma de contacto.
 - Dominio de la actitud corporal.
 - Dominio de la expresión oral.
 - La búsqueda de las necesidades:

- Escucha activa.
 - Reformulación.
- La argumentación:
 - Definición.
 - Papel en el proceso de venta.
 - Elaboración y calidad de los argumentos.
 - Tipos y formas de argumentos.
- La demostración:
 - Tipos de objeciones.
 - La refutación de objeciones.
 - Técnica de respuesta a objeciones.
- Cierre de la Venta:
 - Caja y terminal punto de venta:
 - Funcionamiento.
 - Características.
 - Medios de pago:
 - Tipos.
 - Características.
- Empaquetado:
 - Tipos de productos.
 - Clases de empaquetado.
 - Presentación y adorno.

Módulo 5. TÉCNICAS DE ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

(Asociado a la U.C.: Dirigir y organizar el programa de comercialización).

Objetivo General del Módulo: Aplicar eficaz y apropiadamente las técnicas de merchandising y animación de venta con objeto de optimizar el espacio de ventas y la incentivación de éstas.

Duración: 95 horas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
5.1. Aplicar procedimientos de organización y preparación de lineales de acuerdo a técnicas de merchandising, garantizando el abastecimiento de los mismos.	5.1.1. Identificar los efectos que producen en el consumidor los modos de ubicación de los productos en los lineales. 5.1.2. Actualizar y valorar el impacto visual de los distintos lineales existentes en la superficie. 5.1.3. Supervisar y efectuar la limpieza de los lineales y el buen estado de los productos, respecto a la normativa vigente. 5.1.4. Clasificar los productos en familia, observando la normativa vigente. 5.1.5. Identificar el momento oportuno en el que hay que realizar la reposición evitando la ruptura de stocks. 5.1.6. Identificar y diferenciar según sus características técnico-comerciales y psicológicas en conjunto amplio de productos. 5.1.7. Organizar la presentación y colocación de distintos tipos de productos, aplicando las técnicas de merchandising apropiadas: <ul style="list-style-type: none">▪ Facing.▪ Nivel.▪ Posición.▪ Zona de lineal. 5.1.8. Identificar dificultades y errores en el proceso de abastecimiento y disposición de los lineales según criterios establecidos. 5.1.9. Identificar parámetros físicos y comerciales que determinan "zona fría" y "zona caliente". 5.1.10. Analizar detalladamente el efecto de los distintos métodos y procedimientos para calentar una "zona fría".

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
<p>5.2. Efectuar acciones publicitarias y promocionales y mantener el conjunto de elementos y materiales de comunicación comercial del establecimiento.</p>	<p>5.2.1. Analizar detalladamente la información de los distintos productos: precio, origen, calidad, marca a fin de seleccionar la acción publicitaria y/o promocional.</p> <p>5.2.2. Identificar reuniones y/o contactos con los asesores de las acciones publicitarias y/o promocionales que garanticen el éxito de la acción.</p> <p>5.2.3. Seleccionar objetivos, plazos, técnicas y características básicas de la acción para optimizar el presupuesto disponible.</p> <p>5.2.4. Ubicar armónicamente el conjunto de materiales, consiguiendo el objetivo prefijado.</p> <p>5.2.5. Definir la característica de apoyo, seleccionando:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Material apropiado. ▪ Colores. ▪ Formato. ▪ Tipo de letra. ▪ Con el fin de garantizar el éxito de los mensajes que se quieren transmitir y la imagen del establecimiento.
<p>5.3. Aplicar técnicas de escaparatismo en función de unos objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.</p>	<p>5.3.1. Describir los elementos, materiales e instalaciones esenciales que componen un escaparate.</p> <p>5.3.2. Identificar el momento temporal de realización de la acción a efectos de enmarcar la idea creativa base del proyecto de escaparatismo: Temporada, fechas.</p> <p>5.3.3. Seleccionar los distintos productos a montar en el escaparate en base a unos objetivos previamente establecidos.</p> <p>5.3.4. Explicar los efectos psicológicos en el consumidor que producen las distintas técnicas de escaparatismo.</p> <p>5.3.5. Analizar técnicas de escaparatismo respecto a la composición de escaparates y potencialización de artículos.</p>

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	<p>5.3.6. Analizar los diferentes efectos visuales, perseguidos con distintas combinaciones, tipo de color y luz.</p> <p>5.3.7. Definir los criterios de composición y montaje del escaparate para que se adapte a los objetivos definidos, aplicando los métodos de proyección adecuados y técnicas precisas.</p>

Contenidos teórico-prácticos

- Los Productos en el punto de venta.
 - Adaptación de los productos a la clientela.
 - Clasificación de los productos:
 - Familias y gamas de productos.
 - Ciclo de vida.
 - Identificación de los productos:
 - Marco, logotipo.
 - Posicionamiento de los productos en función de la marca.
 - Acondicionamiento, embalaje.
 - Codificación de los productos.
 - Características:
 - Técnicas.
 - Comerciales.
 - Psicológicas.
 - Reglamentación relativa a los productos. Normativa nacional y comunitaria.
- El surtido.
 - Composición: surtido especializado, extensivo.
 - Caracterización:
 - Amplio.
 - Profundo.
 - Estructurado: productos líderes, productos de reclamo, productos de marca, productos permanentes, productos estacionarios, etc.
- Organización del Punto de venta.
 - Distribución Funcional:
 - Zonas de venta, de exposición, de circulación, de almacenaje y de caja.
 - Factores de localización en el espacio de venta de las familias de productos:
 - Factores físicos (accesos, almacenes).
 - Factores comerciales (circulación, zonas frías y zonas calientes).
 - Implantaciones de mostradores, vitrinas, expositores, etc.
 - Distribución estéticaambientación:
 - El logotipo, la marca.
 - Factores de ambiente: mobiliario, decoración, iluminación, colorido, sonorización, volúmenes, formas, señalización, etc.
 - Presentación de productos en vitrinas, etc.
 - Cartelística: Rótulos y Letreros.
 - Función y notoriedad.

- Técnicas de rotulación.
- Aplicaciones informáticas gráficas y de edición.
- Técnicas de Merchandising.
 - Componentes del merchandising:
 - Lineales.
 - Zonas de Venta.
 - Niveles.
 - Frontales.
 - Góndolas.
 - Principios del merchandising:
 - Atractividad visual de los productos.
 - Accesibilidad de los productos.
 - Orientación de los clientes en el punto de venta.
 - Confort de los clientes.
 - Información al cliente en el punto de venta.
 - Métodos y criterios de reparto de los productos en el espacio de venta (rotación de los productos, lanzamiento de productos, etc.)
 - Distribución y organización de lineales en familias de productos, productos complementarios, etc.
 - Reglas de implantación: implantaciones verticales y horizontales de productos.
- Comunicación Comercial: Promoción y Publicidad.
 - Objetivos y funciones.
 - Métodos de publicidad:
 - Mensaje publicitarioproducto.
 - Mecanismos de influencia: reflexión, persuasión, etc.
 - Reglamentación de la publicidad:
 - Protección del consumidor.
 - Adaptación de las acciones publicitarias o promocionales a la reglamentación.
 - Acciones publicitarias y promocionales:
 - Presupuesto y medios disponibles.
 - Características y objetivos (información, venta, lanzamiento, motivación, etc.)
 - Selección de acciones.
 - Técnicas y materiales.
 - Desarrollo y seguimiento.
 - Realización de la animación:
 - Tipos de animación.
 - Factores de selección: temporada, productos, características de clientes, punto de venta, etc.
 - Determinación del material: expositores, góndolas, vitrinas, isletas, etc.
 - Determinación de la decoración.
 - Determinación del coste de la animación.
 - Escaparate:
 - Efectos psicológicos y sociológicos del escaparate en el consumidor.
 - Función.
 - Objetivos.
 - Clases: En función del producto publicitario, marca, mercancía o productos.
 - Técnicas de escaparatismo.
 - Diseño de escaparates.
 - Organización de la ejecución de un escaparate.

Módulo 6. GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

(Asociado a la U.C.: Dirigir y organizar el programa de recursos humanos).

Objetivo General: Realizar la coordinación del equipo humano a su cargo, dentro del marco jurídico en el que se desarrolla la actividad comercial, aplicando procesos y técnicas de gestión comercial.

Duración: 60 horas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
6.1. Planificar el trabajo del equipo humano a su cargo previendo las necesidades y distribuyendo las tareas.	6.1.1. Analizar y coordinar el trabajo de los miembros del equipo en función de: <ul style="list-style-type: none">▪ Las necesidades previstas.▪ Las dificultades y exigencias de organización.▪ Las competencias y capacidades: experiencia, conocimientos, habilidades de los distintos miembros del equipo.▪ Las expectativas, motivaciones y compromiso con el trabajo: confianza e implicación personal. 6.1.2. Identificar y analizar la correspondencia entre puesto de trabajo y perfil profesional con el fin de optimizar la ubicación del equipo humano. 6.1.3. Definir la correcta dimensión de los equipos de trabajo, teniendo en cuenta: turnos, horarios, vacaciones y sustituciones.
6.2. Coordinar y dirigir el desempeño de las funciones y tareas del equipo humano a su cargo.	6.2.1. Identificar los distintos métodos de transmisión de directrices de actuación en relación a las funciones y tareas a desempeñar. 6.2.2. Evaluar ordenadamente la reorganización de tareas y funciones ante situaciones de imprevistos o crestas de actividad. 6.2.3. Analizar detalladamente ventajas e inconvenientes de la delegación de responsabilidades. 6.2.4. Identificar estilo, objetivos y cultura de empresa para establecer diferentes tipos de dirección. 6.2.5. Sensibilizar y formar al personal sobre procedimientos y normas de seguridad e higiene.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	<p>6.2.6. Identificar elementos de actuación de un estilo de dirección motivada con el fin de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Suscitar el interés por el trabajo. ▪ Crear y mantener un buen clima de trabajo. ▪ Informar y comunicar. ▪ Promover la participación. <p>6.2.7. Identificar la información y formación de funciones y tareas de las nuevas incorporaciones para integrar la totalmente en el equipo.</p>
<p>6.3. Identificar trámites y procedimientos administrativos básicos relativos a la gestión de personal.</p>	<p>6.3.1. Identificar trámites, documentos y plazos de las obligaciones y proceso formales de registro de la contratación con el fin de cumplir la normativa vigente.</p> <p>6.3.2. Analizar conceptos salariales básicos para interpretar una .</p> <p>6.3.3. Identificar los procesos administrativos que se generan en relación a la Seguridad Social, teniendo en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Inscripción de la empresa en la Seguridad Social. ▪ Afiliación de trabajadores en la Seguridad Social: Altas y Bajas. ▪ Declaraciónliquidación de las aportaciones de la empresa y trabajadores a la Seguridad Social. <p>6.3.4. Identificar trámites, documentos y plazos sean la declaración/liquidación de las retenciones a los trabajadores a cuenta del IRPF.</p>

Contenidos teórico-prácticos:

- El personal.
 - Funciones.
 - Puestos de trabajo. Su ubicación en el organigrama.
 - Relaciones jerárquicas.
 - Relaciones funcionales.
 - Perfiles de los puestos de trabajo.
- Reglamentación.
 - Principios generales en materia de contratación, condiciones de trabajo, remuneraciones, formación, etc.

- Reglamentaciones específicas a la actividad: reglamentos, seguridad e higiene, convenios colectivos, acuerdos de empresa.
- Organización del trabajo.
 - Organización y Planificación de tareas:
 - Fijación de objetivos.
 - Horarios, vacaciones, sustituciones.
 - Reparto de tareas.
 - Enriquecimiento de tareas.
- Estilos de dirección.
 - Autoritario.
 - Cordial.
 - Participativo.
- Comunicación con el equipo.
 - Objetivos de la comunicación.
 - Integración.
 - Ayuda.
 - Competitividad.
 - Obstáculos:
 - Personales.
 - De organización.
 - Mensajes escritos:
 - Ordenes de trabajo.
 - Notas informativas.
 - Mensajes orales:
 - Expresar una crítica.
 - Hacer frente a las críticas.
 - Vender las ideas.
 - Rechazar peticiones.
 - Conducir diálogos.
 - Animar reuniones.
 - Participar en reuniones.
- Animación/Motivación del personal.
 - Escucha y diálogo.
 - Reuniones de intercambio de información.
 - Motivación del personal:
 - Acogida.
 - Incentivos.
 - Técnicas de estimulación.
 - Promoción interna.
 - Delegación de responsabilidades.
- Toma de decisiones.
 - Criterios de toma de decisiones.
 - Control de toma de decisiones.
- Conflicto y negociación.
 - Autoridad.
 - Acuerdo.
 - Negociación.

Módulo 7. COMPORTAMIENTO LIGADOS A LA SEGURIDAD E HIGIENE

(Asociado al perfil profesional de la ocupación)

Objetivo General: Prever los riesgos en el trabajo y determinar acciones preventivas y/o de protección a la salud, minimizando factores de riesgo y aplicando medidas sanitarias de primeros auxilios en caso de accidentes o siniestros.

Duración: 20 horas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
7.1. Aplicar los procedimientos de prevención de accidentes y siniestros.	7.1.1. Prevenir la aparición de siniestros verificando la inexistencia de fuentes potenciales de los mismos. 7.1.2. Identificar los lugares y equipos de trabajo con anomalías, disfuncionamientos y riesgos para la protección y seguridad de las personas. 7.1.3. Comunicar de forma clara y concisa las anomalías observadas a los responsables y/o superiores jerárquicos. 7.1.4. Prevenir los accidentes observando el mantenimiento de las condiciones adecuadas de higiene y seguridad en el ámbito de su actividad.
7.2. Reconocer y analizar los sistemas de prevención y seguridad ante siniestros con objeto de garantizar su adecuado mantenimiento y potencial utilización.	7.2.1. Clasificar siniestros en función de: naturaleza, importancia y características. 7.2.2. Identificar los materiales de prevención o actuación ante siniestros: <ul style="list-style-type: none">▪ extintores.▪ sistemas de alarma.▪ mangueras. 7.2.3. Reconocer el emplazamiento de los materiales e instalaciones de prevención, comprobando su adecuado emplazamiento. 7.2.4. Identificar y analizar las anomalías o disfuncionamientos en los sistemas de prevención, tomando en su caso las oportunas medidas correctoras. 7.2.5. Informar a los superiores jerárquicos y/o a los servicios técnicos las anomalías observadas en los dispositivos de alarma o prevención.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	<p>7.2.6. Recibir y comprender las informaciones dadas por los servicios técnicos de seguridad y/o vigilancia.</p> <p>7.2.7. Transmitir las informaciones recibidas de los servicios técnicos de seguridad y/o vigilancia, en la mayor brevedad posible.</p>
<p>7.3. Identificar el procedimiento de actuación ante una situación dada de siniestro o accidente.</p>	<p>7.3.1. Analizar la importancia del siniestro en base a.: tipo, grado y naturaleza del mismo.</p> <p>7.3.2. Identificar ordenada y cronológicamente el procedimiento de actuación en caso de siniestros con: evacuación, fuegos, inundaciones...</p> <p>7.3.3. Proponer actuaciones inmediatas e identificar las secuencias de medidas sanitarias básicas de primeros auxilios, que deben ser aplicadas en los accidentes más comunes de un establecimiento.</p>
<p>7.4. Identificar las condiciones higiénicosanitarias en las que se desarrolla la actividad profesional.</p>	<p>7.4.1. Identificar y evaluar las distintas zonas de riesgo higiénicosanitario en función de las caracterización y diferencias técnicas del establecimiento.</p> <p>7.4.2. Identificar los fenómenos de degradación y definir sistemas de protección.</p> <p>7.4.3. Analizar y evaluar las condiciones técnicoambientales relativas al acondicionamiento del aire, luminosidad y condiciones acústicas.</p> <p>7.4.4. Comprobar la correcta selección del método de conservación y manipulación en función del producto.</p>

Contenidos teórico-prácticos:

- Seguridad:
 - Riesgos:
 - Concepto de riesgo.
 - Factores de riesgo.
 - Medidas de prevención y protección.
 - Siniestros:
 - Clases y causas.
 - Sistemas de detección y alarma.

- Evacuaciones.
- Sistemas de extinción de incendios:
 - Métodos.
 - Medios.
 - Agentes: agua, espuma, polvo.
 - Materiales: móviles, fijos.
- Primeros auxilios.
- Higiene y Calidad de Ambiente.
 - Higiene:
 - Concepto de higiene.
 - Zonas de riesgo.
 - Objetivos de higiene y calidad del ambiente.
 - Parámetros de influencia en las condiciones higiénico-sanitarias:
 - Personas.
 - Instalaciones:
 - Concepción y ordenación.
 - Estructuras exteriores.
 - Funciones de los locales.
 - Sistemas: eléctricos, de agua, de ventilación.
 - Higiene personal.
 - Higiene en los transportes y circulaciones:
 - Riesgos de contaminación de productos y materiales durante el transporte.
 - Organización de circuitos de diferentes tipos de productos y materiales.
 - Fenómenos de degradación:
 - Degradaciones físicas.
 - Degradaciones químicas.
 - Medidas de prevención:
 - Prevención de la contaminación.
 - Prevención de las degradaciones físicas.
 - Confort y ambientes de trabajo.
 - Factores técnicos de ambiente:
 - Ventilación de los locales:
 - Principios de ventilación.
 - Instalaciones de ventilación.
 - Climatización de los locales:
 - Temperatura interior y confort.
 - Tipos de calentamiento.
 - Sistemas de regulación y seguridad.
 - Iluminación de los locales:
 - Tipos de luces: incandescentes; fluorescentes.
 - Aparatos de iluminación y modos de iluminación.
 - Mantenimiento de las fuentes luminosas y aparatos de iluminación.
 - Efectos de la luz sobre materiales y productos.
 - Acústica.

- Métodos de conservación y manipulación de productos:
 - Productos a conservar.
 - Principales métodos y técnicas de conservación.
 - Riesgos sanitarios de inadecuadas conservaciones de productos.
 - Principios básicos de manipulación.
- Normativa de Seguridad e Higiene.

Módulo 8. INFORMATIZACIÓN DEL COMERCIO

(Asociado al perfil profesional de la ocupación)

Objetivo General: Ofrecer criterios y orientaciones generales para la informatización del comercio y la utilización de instrumentos informáticos de gestión comercial.

Duración: 20 horas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
8.1. Aplicar los criterios generales para valorar la necesidad de informatización de un comercio, y en su caso, identificar las tareas o actividades a informatizar.	8.1.1. Analizar y evaluar la incorporación de sistemas informáticos en el comercio: <ul style="list-style-type: none">▪ Identificar y valorar los costes asociados.▪ Identificar las ventajas y beneficios derivados.▪ Valorar la relación costebeneficio. 8.1.2. Identificar las actividades realizadas de forma habitual en el comercio susceptibles de mecanización informática: <ul style="list-style-type: none">▪ Proceso de Venta.▪ Registro de artículos, proveedores y clientes.▪ Control de documentación administrativa comercial (facturas, letras, recibos, etc).▪ Control de pedidos o entregas.▪ Operaciones contables, fiscales. 8.1.3. Identificar las ventajas e inconvenientes de la informatización de las actividades identificadas previamente: <ul style="list-style-type: none">▪ Coste del equipamiento.▪ Disminuciones de tiempo.▪ Volumen de trabajo derivado, etc. 8.1.4. Valorar la potencial integración de procesos mediante el establecimiento de vínculos entre diferentes tareas.
8.2. Aplicar los criterios generales de evaluación y selección del hardware y software, observando la integración entre ambos elementos.	8.2.1. Identificar posibles criterios para seleccionar el tipo de hardware adecuado: <ul style="list-style-type: none">▪ Ordenador.▪ Dispositivos de entrada de datos evaluando la rapidez y seguridad de proceso.▪ Dispositivos de salida de datos observando la relación calidad/prestacionesprecio.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dispositivos de almacenamiento analizando su capacidad de conservación de la información procesada. <p>8.2.2. Identificar las prestaciones y posibilidades en la gestión de las ventas de los scanner.</p> <p>8.2.3. Distinguir el software de aplicación de propósito general y el software orientado específicamente a la gestión de una empresa.</p> <p>8.2.4. Identificar las ventajas e inconvenientes de las aplicaciones standard y a medida.</p> <p>8.2.5. Valorar la utilidad e interés de las aplicaciones ofimáticas horizontales en el negocio:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Procesador de Textos. ▪ Hojas Electrónicas. ▪ Bases de datos, etc. <p>8.2.6. Identificar las posibles aplicaciones de gestión del negocio, describiendo las tareas, funciones y utilidades de las mismas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestión Comercial. ▪ Gestión Financiera. ▪ Gestión Social. ▪ Gestión Punto de Venta. <p>8.2.7. Observar e identificar los peligros y procedimientos de seguridad, protección, integridad y confidencialidad de la información:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Virus informáticos; vacunas. ▪ Palabras clave de acceso. ▪ Fallos en el suministro de corriente eléctrica.

Contenidos teórico-prácticos

- Introducción a los Sistemas Informáticos en el comercio:
 - Utilidad General.
 - Principales costes de un sistema informático.
 - Inversión Inicial.
 - Mantenimiento-Reparaciones.
 - Formación.
 - Actualización.

- Ventajas y servicios ofrecidos en la gestión del comercio.
- Evolución y tendencias en la implantación de sistemas informáticos en el comercio.
- Informatización del comercio: Nociones Generales:
 - Areas principales sujetas a procesos de informatización.
 - Venta.
 - Pedidos.
 - Albaranes.
 - Facturas.
 - Vendedores.
 - Contabilidad.
 - Almacén.
 - Inventarios.
 - Stocks.
 - Movimientos.
 - Compras.
 - Pedidos.
 - Facturas.
 - Bancos.
 - Pagos y cobros.
 - Remesas bancarias.
 - Impagados.
 - Nóminas.
 - Estadísticas.
 - La Integración de Procesos:
 - Concepto.
 - Ventajas de la integración.
 - Actualización automática de las actividades relacionadas.
 - Eliminación de errores por trasvase de datos.
 - Eliminación de actividades a realizar.
 - Desventajas de la integración.
 - Métodos de integración.
 - Integración progresiva.
 - Software de Aplicación.
 - Aplicaciones Standard.
 - Ventajas.
 - Inconvenientes.
 - Aplicaciones a Medida.
 - Ventajas.
 - Inconvenientes.
 - Características de las aplicaciones.
 - Modularidad.
 - Integración.
 - Principales aplicaciones y módulos del Software comercial:
 - Gestión Comercial.
 - Clientes y Proveedores.
 - Pedidos.
 - Facturación.
 - Control de entradas y salidas de almacén.

- Gestión Financiera.
 - Contabilidad.
 - IVA.
 - Cobros y Pagos.
 - Inmovilizado.
 - Analítica.
 - Operaciones de Tesorería.
- Gestión Laboral.
 - Personal.
 - Nóminas.
 - Seguridad Social.
- Gestión Punto Venta.
- Funcionamiento y utilidades de una aplicación de gestión comercial:
 - Indicadores de rentabilidad comercial.
 - Indicadores de resultados globales.
 - Cuenta de resultados.
 - Umbrales de rentabilidad.
- Hardware:
 - Exigencias de mínimos.
 - Alternativas.
 - Ventajas e inconvenientes.
- Instrumentos tecnológicos complementarios de la informatización del comercio:
 - Terminales Punto de Venta.
 - Concepto.
 - Elementos.
 - Componentes de un ordenador.
 - Impresora de tickets de venta.
 - Lector de Tarjetas de Crédito.
 - Cajón Portamonedas.
 - Visor de precios.
 - Teclado.
 - El Scanner.
 - Función.
 - Tipos de Scanner.
 - Lápiz óptico.
 - Pistola.
 - Sobremesa.
 - Sistemas de Códigos de Barras.
 - Función.
 - Sistemas.
 - Códigos Normalizados.
 - Códigos Internos.
 - Ventajas.
 - Terminales Portátiles.
- Redes Informáticas: Nociones Generales:
 - Redes Locales.
 - Concepto.
 - Elementos de comunicación entre unidades de proceso.

- Cableado punto a punto.
 - Tarjetas de red.
 - Modem.
- Componentes de una red.
 - Servidor de Red.
 - Terminal.
- Redes exteriores.
 - Concepto.
 - Utilidades.
 - Tipos.
 - Red Telefónica Conmutada.
 - Red de Transmisión de datos.
 - Red Digital de Servicios Integrados.

Módulo 9. INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA Y AL USO Y MANEJO DE APLICACIONES COMERCIALES

(Asociado al perfil profesional de la ocupación)

Objetivo General: Comprender el funcionamiento general de un ordenador personal y la función de sus distintos componentes, y el proceso genérico de entrada y utilización de una aplicación.

Duración: 20 horas.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
<p>9.1. Identificar la estructura y componentes físicos y lógicos de un sistema informático.</p>	<p>9.1.1. Describir el concepto y función general de un ordenador.</p> <p>9.1.2. Identificar y caracterizar los elementos del ordenador.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidad de Entrada (Imput). ▪ Almacén de información. ▪ Unidad Central Procesos. ▪ Unidad de Salida (Output). <p>9.1.3. Definir los conceptos y elementos de Hardware y Software de un sistema informático y describir la relación que mantienen.</p> <p>9.1.4. Distinguir y explicar las clases de memoria principal de un sistema informático.</p> <p>9.1.5. Definir y caracterizar los tipos de ordenadores más comunes en la informatización de un comercio.</p> <p>9.1.6. Identificar y definir los criterios de medida de la memoria de un ordenador.</p> <p>9.1.7. Identificar los tipos de periféricos existentes y definir sus funciones y características principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Periféricos de entrada. ▪ Periféricos de almacenamiento. ▪ Periféricos de salida. <p>9.1.8. Definir el concepto de Sistema Operativo.</p> <p>9.1.9. Diferenciar los conceptos de Software de base y Software de aplicación.</p> <p>9.1.10. Identificar y describir las líneas generales de las características de los distintos tipos de soportes físicos de almacenamiento de la información existentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tamaño físico.

OBJETIVOS ESPECIFICOS	CRITERIOS DE EVALUACION
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacidad de almacenamiento. ▪ Tiempo o velocidad de acceso. <p>9.1.11. Ejecutar sobre el sistema operaciones básicas a nivel de usuario:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conexión/desconexión del sistema y/o periféricos. ▪ Utilización de periféricos. ▪ Ubicación de un directorio. ▪ Creación/borrado de directorios. ▪ Creación/borrado de ficheros.
<p>9.2. Ejecutar los procedimientos, comandos o instrucciones necesarias para el manejo y utilización de una aplicación informática de gestión determinada.</p>	<p>9.2.1. Definir el concepto de aplicación de gestión y/o paquete de gestión.</p> <p>9.2.2. Describir la operativa de funcionamiento de un paquete de gestión.</p> <p>9.2.3. Identificar y manejar las funciones y utilidades de la aplicación de gestión.</p> <p>9.2.4. Identificar los comandos e instrucciones básicas para la operativa del sistema en cada una de sus fases.</p>

Contenidos teórico-prácticos

- Introducción:
 - Historia y evolución del ordenador.
- Hardware:
 - El ordenador.
 - Definición.
 - Funciones.
 - Partes básicas.
 - Tipos.
 - Unidad Central de Proceso.
 - Memoria Principal.
 - Concepto de memoria principal.
 - Clases de memoria principal.
 - Memoria RAM.
 - Memoria ROM.
 - Medidas de memoria.
 - Periféricos.
 - Concepto.
 - Clases de periféricos.
 - Periféricos de entrada y salida: teclado, pantalla, impresora, plotter.
 - Periféricos de almacenamiento: disco flexible, disco duro, cinta magnética.

- Representación de datos.
 - Bit, Byte.
 - Sistemas de codificación: código binario.
- Software:
 - Concepto.
 - Elementos y Partes de Software.
 - El Sistema Operativo.
 - Concepto.
 - Funciones.
 - Clasificación de los Sistemas Operativos.
 - Utilización y explotación de un sistema monosaurio.
 - Utilidades, funciones y comandos.
 - Conexión y puesta en marcha.
 - Utilización.
 - Aplicaciones informáticas.
 - Descripción general.
 - Utilidades.
 - Concepto de menú.
 - Ilustración de aplicaciones informáticas comerciales: gestión comercial de clientes y proveedores, pedidos, facturación, almacén, etc.
 - Principios básicos de la utilización de una aplicación informática.
 - Posicionamiento.
 - Selección.
 - Actuación.
 - Salida/grabación.

3. REQUISITOS PERSONALES

3.1. Requisitos del profesorado:

- Nivel Académico
 - Titulación universitaria, o en defecto capacitación profesional equivalente en la ocupación relacionada con el curso.
- Experiencia Profesional
 - Tres años de experiencia en la ocupación o puestos directivos de empresas comerciales.
- Nivel Pedagógico
 - Formación metodológica o experiencia docente.

3.2. Requisitos de acceso del alumno:

- Nivel académico o Conocimientos Generales
 - BUP/COU.
 - FPII.
 - o nivel académico de conocimientos generales similar.
- Nivel Profesional o Técnico
 - No se requiere experiencia profesional.
- Condiciones Físicas
 - Ausencia de limitaciones físicas para el desarrollo normal de la actividad profesional objeto del curso.

4. REQUISITOS MATERIALES

4.1. Instalaciones

- Aula de clases teóricas.
 - Superficie: 2 m² por alumno.
 - Mobiliario: estará equipada con mobiliario docente para 15 plazas, además de los elementos auxiliares.
- Aula de clases prácticas.
 - Superficie: 50 m².
 - Iluminación: natural, 4 renovaciones hora.
 - Acometida eléctrica: toma de corriente de 220 V a 12 a Kw.
 - El acondicionamiento eléctrico deberá cumplir las normas de baja tensión y estará preparado de forma que permita la realización de las prácticas.
 - Condiciones ambientales: 181 a 211 centígrados.

Las aulas deberán reunir las condiciones higiénicas, acústicas, de habitabilidad y de seguridad, exigidas por la legislación vigente.

4.2. Equipo y Maquinaria

- 1 Equipo de video completo.
- 1 Cámara de video.
- 1 Magnetófono con micro.
- 1 Pizarra de 2 x 1.
- 1 Proyector de diapositivas.
- 1 Papelógrafo electrónico trípode de rotulación.
- 1 Retroproyector de transparencia.
- 1 Pantalla de proyección.
- 1 Mostrador.
- Estanterías para productos.
- Cestas para productos.
- 2 Lineales.
- 1 Máquina registradora.
- 1 Escaparate desmontable.
- 1 Lector óptico o scanner.
- 1 Telefax.
- 1 Sistema de seguridad electrónica EAS.
- 1 Terminal de tarjetas de crédito.
- 1 Ordenador impresora por cada dos alumnos.

4.3. Herramientas y Utillaje

- Todos los necesarios para el correcto desempeño de la ocupación.

4.4. Materiales de Consumo

- Todos los necesarios para el correcto desempeño de la ocupación.