

PROGRAMA FORMATIVO

Técnicas de venta en el comercio

DATOS GENERALES DE LA ESPECIALIDAD

1. **Familia Profesional:** Comercio y marketing

Área Profesional: Compraventa

2. **Denominación:** Técnicas de venta en el comercio

3. **Código:** **COMT10**

4. **Nivel de cualificación:** 2

5. **Objetivo general:**

Aplicar elementos de comunicación, habilidades comerciales y técnicas comerciales de venta en el comercio desde una perspectiva eminentemente práctica, identificando las distintas etapas por las que pasa un proceso de venta, e incluyendo el análisis de los retos que implica la venta en Internet.

6. **Prescripción de los formadores:**

6.1. Titulación requerida:

- Licenciado, ingeniero, arquitecto o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes.
- Diplomado, ingeniero técnico, arquitecto técnico o el título de grado correspondiente u otros títulos equivalentes.
- Técnico Superior de la familia profesional de Comercio y Marketing.
- Certificados de profesionalidad de nivel 3 del área de Compraventa de la familia profesional de Comercio y marketing.

6.2. Experiencia profesional requerida:

Un año de experiencia profesional en el ámbito comercial.

6.3. Competencia docente:

Será necesario tener experiencia metodológica o experiencia docente.

6.4. Formación y experiencia en modalidad de teleformación:

Experiencia en la modalidad de teleformación y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación. El tutor-formador deberá acreditar formación de 30 horas en la utilización de las estas tecnologías y en la modalidad de teleformación, o experiencia de 60 horas en la impartición de cursos en esta modalidad y en la utilización de TICs.

7. **Criterios de acceso del alumnado:**

7.1. Nivel académico o de conocimientos generales:

- Título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria.
- Certificado de profesionalidad de nivel 1 de la familia profesional de Comercio y marketing.

8. **Número de participantes:**

Máximo de 25 participantes en modalidad presencial.

Se deberá disponer de al menos un tutor por cada 80 participantes en modalidad de teleformación

9. Relación secuencial de módulos formativos:

- Módulo nº 1. Comunicación, habilidades y técnicas de venta en el comercio
- Módulo nº 2. Etapas de la venta en el comercio y retos en el uso de la red

10. Duración:

Horas totales: 50 horas

Distribución horas:

- Presencial: 50 horas
- Teleformación: 50 horas

11. Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamiento

11.1. Espacio formativo:

- Aula de gestión: 45 m² para 15 alumnos y 60 m² para 25 alumnos

Cada espacio estará equipado con mobiliario docente adecuado al número de alumnos y contará con las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo del curso.

11.2. Equipamiento:

- Mesa y silla para el formador
- Mesa y sillas para el alumnado
- Material de aula
- Pizarra
- Pc instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador
- Pcs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los alumnos
- Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

11.2.1 En el caso de formación en modalidad de Teleformación, se ha de incluir el siguiente equipamiento:

- Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá poseer capacidad suficiente para gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo y habrá de reunir los siguientes requisitos técnicos:

- Compatibilidad con los estándares SCORM e IMS.
- Rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:
 - Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.

- Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 100Mbps, suficiente en bajada y subida.
- Funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier infraestructura informática o sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de entre los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Integración de herramientas y recursos necesarios para gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, disponiendo, específicamente, de las siguientes:
 - Herramientas que faciliten la colaboración y la comunicación entre todos los alumnos, tanto de carácter asíncrono (foros, tableros, correo, listas, etc.), como síncrono, (sistema de mensajería, chat, videoconferencia, etc.).
 - Herramientas de desarrollo, gestión e integración de contenidos.
 - Herramientas de seguimiento formativo, control del progreso del alumnado y evaluación del aprendizaje.
 - Herramientas de administración y gestión del alumnado y de la acción formativa.
- Disponer del desarrollo informático a través del cual el Servicio Público de Empleo de la administración competente, de manera automática, realice el seguimiento y control de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en la página web de dicho organismo, a fin de auditar la actividad de los centros y entidades de formación y evaluar la calidad de las acciones formativas.
- Para poder realizar tal seguimiento, el Servicio Público de Empleo de la administración competente, con la periodicidad que determine, se conectará automáticamente con las plataformas de teleformación, por lo que las mismas deberán contar con los desarrollos informáticos que posibiliten tales acciones de seguimiento (protocolo de conexión SOAP).
- Sin perjuicio de lo anterior, y de cara al seguimiento puntual de las acciones formativas de certificado de profesionalidad que se impartan, será preceptivo proporcionar al Servicio Público de Empleo de la administración competente una dirección (con sus correspondientes credenciales) de acceso a la plataforma, con permiso de administrador, pero sin posibilidad de modificar datos.
- Niveles de accesibilidad e interactividad que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el Capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.
- El servidor la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimiento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 33 y 34 de dicha Ley Orgánica y en el Título VI del Reglamento de desarrollo de la misma, aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre.
- Incluir la imagen institucional del Servicio Público de Empleo de la administración competente y de las entidades que él designe, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que proporcione soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada,

atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. El servicio, que deberá estar disponible para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, deberá mantener un horario de funcionamiento de mañana y de tarde, tendrá que ser accesible mediante teléfono y mensajería electrónica y no podrá superar un tiempo de demora en la respuesta superior a 2 días laborables.

- Material virtual de aprendizaje

El material virtual de aprendizaje para el alumnado se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse al programa formativo que para esta especialidad conste en el fichero de especialidades formativas previsto en el artículo 20.3 del Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser los establecidos en el correspondiente programa formativo que conste en el fichero de especialidades formativas previsto en el artículo 20.3 del Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo.
- Estar referidos tanto a los conocimientos como a las destrezas prácticas y habilidades recogidas en los objetivos de aprendizaje del citado programa formativo, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permitan su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la práctica profesional, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante o a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

12. Ocupación/es de la clasificación de ocupaciones

44111018 Empleados del área de atención al cliente
44241016 Teleoperadores
52201013 Dependientes de artículos de deporte, caza y pesca
52201046 Dependientes de artículos de regalo
52201057 Dependientes de calzado y artículos de piel
52201079 Dependientes de comercio, en general
52201091 Dependientes de electrodomésticos
52201143 Dependientes de grandes superficies
52201176 Dependientes de juguetería
52201213 Dependientes de muebles y artículos de decoración
52201240 Dependientes de peletería
52201251 Dependientes de perfumería y droguería
52201325 Dependientes de ropa de hogar
52201334 Dependientes de tejidos y prendas de vestir
54201013 Vendedores por teléfono

54911011 Vendedores a domicilio, en general
55001018 Cajeros de comercio
94331026 Repartidores a domicilio a pie o en vehículos no motorizado
97001010 Embaladores, Empaquetadores, Etiquetadores, a mano
98201011 Reponedores de hipermercado.

MÓDULOS FORMATIVOS

Módulo nº 1

Denominación: COMUNICACIÓN, HABILIDADES Y TÉCNICAS DE VENTA.

Objetivo: Aplicar elementos de comunicación, habilidades y técnicas comerciales de venta desde una perspectiva eminentemente práctica.

Duración: 20 horas

Contenidos teórico- prácticos:

- 1.- El arte de vender en el comercio:
 - 1.1.- ¿El vendedor nace o se hace?
 - 1.2.- Importancia de la tríada conocimientos, habilidades, actitud
- 2.- Elementos de la comunicación comercial aplicada
 - 2.1.- Identificación y características de los elementos de la comunicación en el comercio: emisor, receptor, mensaje, canal, código y contexto
 - 2.2.- Identificación de barreras en la comunicación en el comercio:
 - 2.2.1.- Físicas
 - 2.2.2.- Semánticas o lingüísticas
 - 2.2.3.- Psicológicas y actitudinales
 - 2.2.4.- Fisiológicas
 - 2.2.5.- Administrativas
- 3.- Habilidades comerciales:
 - 3.1.- Habilidades relacionadas con la comunicación verbal
 - 3.2.- Habilidades relacionadas con la comunicación no verbal
- 4.- Técnicas de venta en el comercio:
 - 4.1.- Aplicación y características del modelo AIDA en el comercio
 - 4.2.- Aplicación y características del modelo SPIN en el comercio

Módulo nº 2

Denominación: ETAPAS DE LA VENTA Y RETOS EN EL USO DE LA RED

Objetivo: Identificar las distintas etapas por las que pasa un proceso de venta aplicado al comercio de una forma práctica, incluyendo el análisis de los retos que implica la venta en internet.

Duración: 30 horas

Contenidos teórico - prácticos:

- 1.- Etapas del proceso de venta en el comercio:
 - 1.1.- Preparación de la venta
 - 1.2.- Toma de contacto con el cliente
 - 1.3.- Detección de necesidades
 - 1.4.- Argumentación para la venta
 - 1.5.- Tratamiento de las objeciones
 - 1.6.- Cierre de ventas
 - 1.7.- Servicio post-venta en el comercio

2.- Técnicas de fidelización de clientes en el comercio:

- 2.1.- Programas de descuento y promociones
- 2.2.- Recompensas más allá de la compra
- 2.3.- Aplicación de la “gamificación” en el comercio
- 2.4.- Suscripciones
- 2.5.- Otras técnicas de fidelización en el comercio

3.- Retos de la venta en internet:

- 3.1.- Nuevos retos de la era 2.0 y evolución hacia 3.0
- 3.2.- Captación de clientes a través de la red
- 3.3.- Ventajas competitivas respecto de la competencia
- 3.3.- Factores relevantes de la venta online: innovación, precios, logística, formas de pago, confianza, reclamaciones...
- 3.2.- Análisis de resultados