

CFGS Gestión de Ventas

Los datos de este proyecto, son datos reales extraídos de un proyecto ya en marcha. No contiene toda la información del proyecto sino un extracto del mismo.

Módulos profesionales implicados en el proyecto y horas de cada módulo que estarán en dual (en la empresa):

Módulos Profesionales	Horas en Empresa
- 1º Gestión económica y financiera de la empresa	76:00
- 1º Investigación Comercial	38:00
- 1º Logística de almacenamiento	76:00
- 1º Políticas de marketing	76:00
- 2º Escaparatismo y diseño de espacios comerciales	51:00
- 2º Gestión de productos y promociones en el punto de venta	51:00
- 2º Horas de Libre Configuración	30:00
- 2º Logística de aprovisionamiento	34:00
- 2º Marketing digital	51:00
- 2º Organización de equipos de ventas	51:00
- 2º Proyecto de gestión de ventas y espacios comerciales	60:00
- 2º Técnicas de venta y negociación	51:00

Actividades que realiza la empresa:

EDE1. Identificación y diseño de espacios comerciales

EDE1

- A1.. Identificación de las principales técnicas de distribución de espacios interiores y exteriores comerciales.
- A2. Diseño de espacios comerciales respetando la normativa aplicable.
- A2. Definición de las funciones y objetivos de la implantación.
- A2. Selección de los elementos interiores y exteriores.
- A2. Diseño de elementos interiores y exteriores del establecimiento

EDE2. Elaboración de presupuestos de implantación, incluyendo seleccionando los materiales adecuados, atendiendo a la normativa vigente y a la psicología del consumidor

EDE2

- A3. Elaboración de presupuestos de implantación.
- A3. Selección de medidas correctoras en relación con la implantación inicial del establecimiento.
- A3. Elaboración de propuestas para calentar las zonas frías del establecimiento.
- A3. Confección de cronogramas para organizar los tiempos y los trabajos.
- A3. Utilización de las distintas técnicas de distribución de espacios comerciales, atendiendo a los efectos psicológicos que producen en el consumidor.
- A4. Interpretación de **documenta**

EDE3. Utilización de programas informáticos de diseño de espacios comerciales y escaparates.

EDE3

- A5. Utilización de aplicaciones informáticas para el diseño del interior y exterior del establecimiento.
- A5. Diseño de los elementos básicos del escaparate
- A6. Utilización de aplicaciones informáticas para la gestión de tareas y proyectos para la organización del montaje de un escaparate comercial.

GFE1. Constitución y puesta en marcha de una empresa

GFE1

A1. Cumplimentación y tramitación de los documentos necesarios para la constitución y puesta en marcha de una empresa.

A2. Analizar las ventajas de las distintas formas jurídicas

GFE2. La gestión económica y financiera de la empresa y optimización de los recursos

GFE2

A3. Análisis, obtención y gestión e los productos financieros y de crédito existentes en el mercado y evaluación de alternativas, de los recursos financieros necesarios.

A3. Cálculo de costes financieros.

A4. Análisis de las necesidades de inversión y evaluación de alternativas.

A4. Gestión de la compra y/o alquiler de vehículos, equipos y demás activos necesarios.

GFE3. Gestión de cobros y pagos

GFE3

A5. Elaboración y gestión de facturas, recibos y documentos de cobro y pago.

A5. Gestión de cobros y pagos, de acuerdo con las normas y protocolos establecidos.

A5. Registro y archivo de documentación

GFE4. Tramitación, gestión y análisis de la documentación comercial, administrativa y fiscal de la empresa

GFE4

A6. Elaboración y gestión de los documentos derivados de las obligaciones fiscales de la empresa.

A6. Tramitación y gestión de la documentación comercial, administrativa y fiscal de la empresa.

A7. Análisis de los estados contables de la empresa y cálculo de los principales ratios financieros.

A7. Cálculo de la rentabilidad, eficiencia, solvencia y liquidez de la empresa.

GPP1. La elaboración de informes comerciales de empresas y productos

GPP1

A1. Análisis de las bases de datos y estudios de mercados realizados sobre las empresas y productos que se pueden incluir en el surtido de un establecimiento comercial, en función del posicionamiento estratégico definido por la empresa.

A1 Análisis de la competencia y de expectativas del consumidor para mejorar la elección del surtido.

GPP2. La elaboración de bocetos, planos e informes de implantación de productos en lineales

GPP2

A2. Proponer diversas opciones de implantación de productos en el lineal del establecimiento, en función de diversos criterios económicos, sociales o comerciales.

A2 Programar y organizar la reposición de productos, asegurando su presencia continua en el lineal.

A2 Planificar el número de trabajadores o trabajadoras necesarios en cada sección o actividad en función del tiempo de implantación de los productos

A4. Realizar planogramas por medios tradicionales e informáticos de la implan

GPP3. La realización de estudios de rentabilidad de implantaciones de surtido en establecimientos comerciales

GPP3

A3. Identificar los ratios de rentabilidad de establecimientos comerciales como medio para tomar decisiones de ampliación, mantenimiento o reducción del surtido de un establecimiento comercial.

A3. Realizar estudios de rentabilidad de la implantación realizada del surtido en el establecimiento comercial, proponiendo soluciones a las desviaciones producidas sobre los objetivos comerciales definidos por la organización comercial.

A3 Realizar informes que reflejen los **resultados y conclusi**

GPP4. La identificación de criterios para seleccionar y formar recursos humanos para las promociones de establecimientos comerciales

GPP4

A4 Simular acciones de información y atención al cliente durante la acción promocional, cumpliendo los requisitos de amabilidad, claridad y precisión.

A5. Fijar criterios de selección y formación de recursos humanos para llevar a cabo las acciones promocionales diseñadas en el punto de venta

A5. Análisis de factores psicológicos y emocionales que intervienen en la motivación de los recursos humanos encargados de llevar a cabo la promoción comercial.

A5 Analizar las medidas **de segurid**

IC01. Análisis de variables

IC01

A1. Análisis de las variables del macro y microentorno de las empresas u organizaciones.

A1. Análisis del mercado y del comportamiento del consumidor.

A1. Aplicación de métodos de segmentación.

A2. Análisis de la estructura, contenido y configuración de un sistema de información de marketing (SIM).

A2. Análisis de las técnicas de recogida de la información de las fuentes primarias y secundarias

IC02. Elaboración, diseño y presentación de un plan de investigación

IC02

A3. Elaboración del plan de trabajo para una investigación comercial.

A3. Diseño y elaboración de un plan de investigación comercial.

A3. Diseño de cuestionarios para la obtención de datos mediante encuesta.

IC03. La obtención de información relevante y fiable, analizando la misma para la toma de decisiones

IC03

A4. Obtención de datos o información secundaria de distintas fuentes de información internas y externas.

A4. Análisis de la información secundaria para decidir su idoneidad para la investigación.

A5. Obtención de datos primarios, aplicando diferentes técnicas y procedimientos.

A5. Elaboración de cuestionarios para encuestas, utilizando aplicaciones informáticas.

A6. Diseño y selección de la muestra, aplicando distintos métodos de muestreo.

A6. Determinación del **tamaño y caracterís**

IC04. El tratamiento y análisis de la información obtenida

IC04

A2. Tratamiento y análisis de la información obtenida en una investigación comercial, aplicando técnicas de análisis estadístico

A7. Tabulación, tratamiento y análisis de datos, aplicando técnicas estadísticas

A7. Utilización de aplicaciones informáticas para el tratamiento y análisis de información.

IC05. La elaboración de informes comerciales con los resultados y conclusiones del estudio realizado

IC05

A8. Creación y mantenimiento de bases de datos para recoger la información obtenida en la investigación comercial.

A8. Elaboración de informes comerciales, utilizando herramientas informáticas

LAL1. Tramitación y cumplimentación de los documentos exigidos en la reglamentación oficial de actividades de almacenaje y distribución

LAL1

A1. Aplicación de la normativa existente sobre la actividad de almacenaje y distribución tanto en el ámbito nacional como en el internacional

A1. Tramitación y cumplimentación de los documentos exigidos en la reglamentación oficial de actividades de almacenaje y distribución.

LAL2. Análisis de los diferentes sistemas de organización del almacén

LAL2

A2. Organización de los almacenes por tipo de empresa, productos, clientes y producción, entre otros.

A2. Se han seleccionado equipos, medios y herramientas de manutención, según las características del almacén y de las mercancías almacenadas, aplicando criterios económicos, de calidad y servicio.

A2. Se han aplicado métodos y técnicas de optimización de los espacios de almacenamiento.

A3. Cálculo de los costes de funcionamiento del almacén.

A3. Detectar los tipos de costes que **se orig**

LAL3. Organización, gestión y control de la recepción, almacenamiento y expedición de existencias y devoluciones de las mercancías

LAL3

A4. Organización y control de la recepción, almacenamiento y expedición de las mercancías.

A4. Distribución y manipulación de las mercancías dentro del almacén

A4. Estudio de indicadores como rotaciones de Stocks.

A4. Gestión, control y valoración de las existencias.

A4. Control de Stocks de seguridad.

A5. Gestión, control y valoración de las devoluciones.

A5. Tratamiento de las mercancías retornadas.

A6. Estudio de los sistemas de calidad aplicados a la **optimización en la gest**

LAP1. Planificación y previsión de las compras, incluyendo el equipo de compras y sus funciones

LAP1

A1. La aplicación de técnicas de planificación de necesidades de materiales para consumo o distribución.

A1. Previsión de la demanda con la producción/distribución, con la gestión de stocks y con el inventario disponible en almacén

A2. Planificación y programación de pedidos de materiales.

A2. Organización del equipo de compras

LAP2. Seguimiento, control y gestión de los stocks

LAP2

A2. Seguimiento y control del aprovisionamiento.

A3. La gestión de los stocks con la determinación de stock de seguridad, punto de pedido y lote económico de pedido.

LAP3. Análisis de proveedores, selección y determinación de parámetros de negociación

LAP3

A4. Evaluación, selección, negociación y seguimiento de proveedores.

A5. Establecimiento de parámetros de negociación con proveedores en función de las necesidades de la empresa y las ofertas de cada uno de ellos

A5. Estudio/Cumplimentación de contratos de compra a proveedores de materiales para producción y/o consumo.

A5. Búsqueda de proveedores on line/off line

LAP4. Cumplimentación de documentación utilizando aplicaciones informáticas adecuadas

LAP4

A6. Cumplimentación de la documentación que se genera en una operación de compra de materiales para producción o consumo.

A6. Utilización de aplicaciones informáticas de hojas de cálculo, procesador de textos, base de datos y otras, para el cálculo y programación de necesidades, relaciones con proveedores y archivo de la documentación.

MDI1. Configuración de redes

MDI1

A1. La configuración de la red y el acceso a la misma

MDI2. Creación, mantenimiento y gestión de aplicaciones web para la promoción, venta y comunicación de la empresa

MDI2

A2. La gestión del correo electrónico como medio de comunicación y como herramienta de venta.

A2. La transferencia de información y de aplicaciones de todo tipo.

A4. La relación directa enfocada a las ventas con otros usuarios a través de chats, mensajerías, grupos de discusión y blogs.

A7. El desarrollo de la política de comercio electrónico de la empresa.

A7. La creación, mantenimiento y publicación de la tienda virtual de la empresa.

A5. La creación, **mantenimiento y publicación de**

MDI3. Investigación, diseño e implantación del plan de marketing digital

MDI3

A7. La gestión administrativa del comercio electrónico.

A7. Venta electrónica de nuestros productos a través de la tienda virtual.

MDI4. Facturación electrónica y gestión documental de la venta digital

MDI4

A3. La utilización de una gran variedad de programas complementarios de todo tipo como los dedicados a facturar electrónicamente o los destinados a las relaciones con organismos públicos.

A3. Utilización de todo tipo de aplicaciones informáticas complementarias a Internet.

A3. Tramitación y gestión de la documentación comercial, administrativa y fiscal generada electrónicamente.

OEV1. Análisis de la estructura organizativa de la empresa con la descripción y planificación de puestos.

OEV1

A1. Análisis de las formas o estructuras de organización del equipo de ventas.

A1. Cálculo del tamaño del equipo de ventas necesario para alcanzar los objetivos de ventas.

A1. Planificación de las visitas a clientes determinando número de visitas, tiempo de visita, zonas y rutas de venta.

A2. Descripción de puestos de trabajo de diferentes tipos de vendedores.

A2. Descripción del perfil del vendedor o vendedora o comercial idóneo: elaboración del profesiograma.

A2 **Reclutamiento y sele**

OEV2. La selección, formación, motivación y retribución de los vendedores

OEV2

A4. Elaboración de programas de formación inicial y formación continua de vendedores

A5. Técnicas de motivación e incentivación de los vendedores.

A5. Análisis de las formas de retribución de los comerciales.

OEV3. El desarrollo y ejecución del plan de ventas utilizando medios informáticos para su gestión

OEV3

A3. Fijación de los objetivos, medios y estrategias para la ejecución del plan de ventas.

A3. La organización y dirección de equipos comerciales.

A3. Aplicación de técnicas de comunicación para la gestión del equipo de fuerza de ventas.

A3. Utilización de herramientas informáticas para la organización y gestión de la fuerza de ventas.

OEV4. Evaluación y control del equipo de ventas

OEV4

A6. Análisis e identificación de los estilos de mando y liderazgo aplicables a equipos de comerciales.

A6. Aplicación de técnicas de negociación y resolución de conflictos en la gestión de situaciones conflictivas en el equipo de comerciales, aplicando técnicas de negociación y resolución

A7. Evaluación y control del rendimiento y actuación del equipo de ventas

A7. Cálculo y análisis de las desviaciones respecto a los objetivos previstos y propuesta de medidas correctoras.

POM1. Análisis de mercados

POM1

A1. Evaluación de las oportunidades de mercado para el lanzamiento de nuevos productos o la entrada en nuevos mercados.

A1 Analizar el perfil y hábitos de compra de los clientes reales e identificar nichos de mercado en la empresa para llegar a clientes potenciales.

POM2. El diseño de las políticas de producto, precio, comunicación y distribución

POM2

A2. Análisis de las características y atributos de producto, servicio o líneas de productos y adecuación a las necesidades y perfil del cliente.

A2. Aplicación de técnicas de marketing para el diseño, lanzamiento y distribución de productos en el mercado.

A2 Analizar el ciclo de vida de diferentes productos, imagen de marca y el posicionamiento del producto, servicio o gama de productos en el mercado utilizando distintos ratios, tasa de crecimiento, cuotas de mercado, **matriz de crecimien**

POM3. Aplicación de las políticas de producto, precio, comunicación y distribución

POM3

A6. Aplicación de técnicas de marketing en la elaboración de campañas de promoción, en función del producto y del tipo de cliente al que van dirigidas.

A6. Selección de acciones publicitarias adecuadas, en función del impacto previsto, los objetivos, el presupuesto y los medios y soportes disponibles

A6. Redacción del briefing de un producto o servicio para una acción de comunicación determinada, de acuerdo con las especificaciones recibidas y utilizando herramientas **informáticas y de p**

POM4. Seguimiento e informe de las políticas de producto, precio, comunicación y Distribución,

POM4

A7. Elaboración de informes comerciales para la toma de decisiones de marketing, utilizando las aplicaciones informáticas adecuadas.

A7. Participación en la elaboración y presentación del plan de marketing, definiendo las políticas de producto, precio, distribución y comunicación, utilizando las aplicaciones informáticas disponibles.

A8. Seguimiento y evaluación del plan de marketing, calculando los ratios y medidas de control para detectar posibles desviaciones respecto a **lo previsto, u**

TVN1. Obtiene información para planificar y elaborar un plan de ventas con su argumentario

TVN1

A1. Obtención de información para la definición de estrategias comerciales y el plan de acción comercial.

A1. Planificación y preparación de una entrevista de ventas.

A2. Identifica nuevas oportunidades de negocio.

A3. Elaboración del plan de ventas y planes de acción comercial propia.

A3. Elaboración y aplicación de planes de fidelización de clientes.

A3. Elaboración del argumentario de ventas.

A3. Planificación y preparación de las entrevistas de ventas y visitas a clientes.

A

TVN2. Comercialización y venta de productos y servicios con una atención al cliente utilizando las técnicas comerciales

TVN2

A5. Venta de productos o servicios aplicando técnicas de venta y negociación

A5. Utilización de herramientas informáticas para la presentación de productos y/o servicios.

A5. Utilización de herramientas informáticas de gestión de las relaciones con clientes (CRM).

A6. Aplicación de técnicas de comunicación y negociación, adaptándolas a cada cliente y situación concreta.

A6. Utilización de técnicas de comunicación verbal y no verbal en la relación con clientes.

A6. **Establecimiento de**

TVN3. Gestión administrativa de la documentación de compraventa.

TVN3

A7. Formalizar contratos de compraventa.

A7. Elaboración y archivo de documentación generada en el proceso de venta

TVN4. Tratamiento de quejas y reclamaciones

TVN4

A8. Seguimiento de la venta y gestión de servicios postventa.

A8. Atención y tramitación de quejas y reclamaciones.

A8. Gestión de las relaciones con los clientes aplicando estándares de calidad.

A8. Control del departamento de atención al cliente

Módulos Profesionales

Módulo Profesional: **Políticas de marketing**

- Formación inicial:

RA1. Evalúa las oportunidades de mercado, para el lanzamiento de un producto, la entrada en nuevos mercados o la mejora del posicionamiento del producto o servicio, analizando las variables de marketing-mix y las tendencias y evolución del mercado.

- Formación en alternancia en la empresa:

RA2. Define la política del producto, analizando las características, atributos y utilidades del producto o servicio para su adecuación a las necesidades y perfil de los clientes a los que va dirigido.	-POM2. El diseño de las políticas de producto, precio, comunicación y distribución
RA3. Define la política de precios de los productos o servicios, analizando los costes, la demanda, la competencia y demás factores que intervienen en la formación y cálculo de los precios.	
RA4. Selecciona la forma y canal de distribución más adecuado para cada producto, servicio o gama de productos, analizando las alternativas de distribución disponibles.	
RA5. Selecciona las acciones de comunicación más adecuadas para lanzar nuevos productos y servicios o prolongar su permanencia en el mercado y reforzar así la imagen corporativa y de marca, evaluando las distintas alternativas disponibles.	

RA6. Elabora briefings de productos, servicios o marcas para la ejecución o la contratación externa de acciones de comunicación, relacionando las variables del marketing-mix, los objetivos comerciales y el perfil de los clientes.	-POM3. Aplicación de las políticas de producto, precio, comunicación y distribución
RA7. Elabora el plan de marketing, seleccionando la información de base del producto, precio, distribución y comunicación y relacionando entre sí las variables del marketing-mix. RA8. Realiza el seguimiento y control de las políticas y acciones comerciales establecidas en el plan de marketing, evaluando su desarrollo y el grado de consecución de los objetivos previstos.	-POM4. Seguimiento e informe de las políticas de producto, precio, comunicación y Distribución,

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA2. Define la política del producto, analizando las características, atributos y utilidades del producto o servicio para su adecuación a las necesidades y perfil de los clientes a los que va dirigido.

RA3. Define la política de precios de los productos o sen/icios, analizando los costes, la demanda, la competencia y demás factores que intervienen en la formación y cálculo de los precios.

RA4. Selecciona la forma y canal de distribución más adecuado para cada producto, sen/icio o gama de productos, analizando las alternativas de distribución disponibles.

RA5. Selecciona las acciones de comunicación más adecuadas para lanzar nuevos productos y servicios o prolongar su permanencia en el mercado y reforzar así la imagen corporativa y de marca, evaluando las distintas alternativas disponibles.

RA6. Elabora briefings de productos, servicios o marcas para la ejecución o la contratación externa de acciones de comunicación, relacionando las variables del marketing-mix, los objetivos comerciales y el perfil de los clientes.

RA7. Elabora el plan de marketing, seleccionando la información de base del producto, precio, distribución y comunicación y relacionando entre sí las variables del marketing-mix.

RA8. Realiza el seguimiento y control de las políticas y acciones comerciales establecidas en el plan de marketing, evaluando su desarrollo y el grado de consecución de los objetivos previstos.

Módulo Profesional: **Gestión económica y financiera de la empresa**

- Formación inicial:

RA1. Recopila información sobre iniciativas emprendedoras y oportunidades de creación de empresas, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

RA2. Establece la forma jurídica de la empresa, ajustándose a la normativa vigente

RA3. Organiza los trámites para la obtención de los recursos necesarios para la financiación de las inversiones y suministros, evaluando las distintas alternativas financieras posibles.

RA4. Determina las formalidades para la compraventa y/o el alquiler de los vehículos y otros activos, analizando las necesidades de inversiones y suministros y los recursos financieros necesarios.

- Formación en alternancia en la empresa:

RA5. Elabora facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos y de los servicios prestados, aplicando las normas mercantiles y fiscales de facturación.	-GFE3. Gestión de cobros y pagos
--	----------------------------------

<p>RA6. Gestiona el proceso contable y fiscal de la empresa, aplicando la normativa mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable.</p> <p>RA7. Determina la rentabilidad de las inversiones y la solvencia y eficiencia de la empresa, analizando los datos económicos y la información contable disponible.</p>	<p>-GFE4. Tramitación, gestión y análisis de la documentación comercial, administrativa y fiscal de la empresa</p>
---	--

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA3. Organiza los trámites para la obtención de los recursos necesarios para la financiación de las inversiones y suministros, evaluando las distintas alternativas financieras posibles.

RA4. Determina las formalidades para la compraventa y/o el alquiler de los vehículos y otros activos, analizando las necesidades de inversiones y suministros y los recursos financieros necesarios.

RA5. Elabora facturas, recibos y documentos de cobro y pago de los productos y de los servicios prestados, aplicando las normas mercantiles y fiscales de facturación.

RA6. Gestiona el proceso contable y fiscal de la empresa, aplicando la normativa mercantil y fiscal vigente y los principios y normas del Plan General Contable.

RA7. Determina la rentabilidad de las inversiones y la solvencia y eficiencia de la empresa, analizando los datos económicos y la información contable disponible.

Módulo Profesional: **Logística de almacenamiento**

- Formación inicial:

RA1. Relaciona la normativa específica del almacenaje, reconociendo las normas de contratación y de tratamiento de mercancías especiales.

RA2. Organiza el proceso de almacenaje por tipo de actividad y volumen de mercancías optimizando los espacios y los tiempos de manipulación.

RA3. Confecciona y controla el presupuesto del almacén identificando desviaciones provenientes de la asignación de costes.

- Formación en alternancia en la empresa:

<p>RA4. Gestiona los stocks del almacén asegurando su aprovisionamiento y expedición.</p> <p>RA5. Gestiona las operaciones sujetas a la logística inversa, determinando el tratamiento que se ha de dar a las mercancías retornadas</p> <p>RA6. Supervisa los procesos realizados, en el almacén, implantando sistemas de mejora de la calidad del servicio y planes de formación/reciclaje del personal.</p>	<p>-LAL3. Organización, gestión y control de la recepción, almacenamiento y expedición de existencias y devoluciones de las mercancías</p>
---	--

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA4. Gestiona los stocks del almacén asegurando su aprovisionamiento y expedición.

RA5. Gestiona las operaciones sujetas a la logística inversa, determinando el tratamiento que se ha de dar a las mercancías retornadas.

RA6. Supervisa los procesos realizados en el almacén, implantando sistemas de mejora de la calidad del servicio y planes de formación/reciclaje del personal.

Módulo Profesional: **Investigación Comercial**

- Formación inicial:

RA1. Analiza las variables del mercado y del entorno de la empresa u organización, valorando su influencia en la actividad de la empresa y en la aplicación de las diferentes estrategias comerciales.

RA2. Configura un sistema de información de marketing (SIM) adaptado a las necesidades de información de la empresa, definiendo las fuentes de información, los procedimientos y las técnicas de organización de los datos.

RA3. Elabora el plan de la investigación comercial, definiendo los objetivos y finalidad del estudio, las fuentes de información y los métodos y técnicas aplicables para la obtención, tratamiento y análisis de los datos.

- Formación en alternancia en la empresa:

<p>RA4. Organiza la información secundaria disponible, de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, valorando la suficiencia de los datos respecto a los objetivos de la investigación.</p> <p>RA5. Obtiene información primaria de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, aplicando procedimientos y técnicas de investigación cualitativa y/o cuantitativa para la obtención de datos.</p> <p>RA6. Determina las características y el tamaño de la muestra de la población objeto de la investigación, aplicando técnicas de muestreo para la selección de la misma.</p>	<p>-ICO3. La obtención de información relevante y fiable, analizando la misma para la toma de decisiones</p>
<p>RA7. Realiza el tratamiento y análisis de los datos obtenidos y elabora informes con las conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico y herramientas informáticas.</p>	<p>-ICO4. El tratamiento y análisis de la información obtenida</p>
<p>RA8. Gestiona bases de datos relacionales, de acuerdo con los objetivos de la investigación, determinando los formatos más adecuados para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.</p>	<p>-ICO5. La elaboración de informes comerciales con los resultados y conclusiones del estudio realizado</p>

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA4. Organiza la información secundaria disponible, de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, valorando la suficiencia de los datos respecto a los objetivos de la investigación.

RA5. Obtiene información primaria de acuerdo con las especificaciones y criterios establecidos en el plan de investigación, aplicando procedimientos y técnicas de investigación cualitativa y/o cuantitativa para la obtención de datos.

RA6. Determina las características y el tamaño de la muestra de la población objeto de la investigación, aplicando técnicas de muestreo para la selección de la misma.

RA7. Realiza el tratamiento y análisis de los datos obtenidos y elabora informes con las conclusiones, aplicando técnicas de análisis estadístico y herramientas informáticas.

RA8. Gestiona bases de datos relacionales, de acuerdo con los objetivos de la investigación, determinando los formatos más adecuados para la introducción, recuperación y presentación de la información con rapidez y precisión.

Módulo Profesional: **Escaparatismo y diseño de espacios comerciales**

- Formación inicial:

RA1. Realiza el diseño de distribución y organización de un espacio comercial, analizando los elementos básicos que lo conforman.

RA2. Selecciona los elementos interiores y exteriores que determinan la implantación, adecuando los mismos a un espacio y una información determinada.

- Formación en alternancia en la empresa

<p>RA3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales.</p> <p>RA4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.</p> <p>RA6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.</p>	<p>-EDE2. Elaboración de presupuestos de implantación, incluyendo seleccionando los materiales adecuados, atendiendo a la normativa vigente y a la psicología del consumidor</p>
<p>RA5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.</p> <p>RA6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.</p>	<p>-EDE3. Utilización de programas informáticos de diseño de espacios comerciales y escaparates.</p>

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA3. Elabora proyectos de implantación de espacios comerciales, aplicando criterios económicos y comerciales.

RA4. Determina criterios de composición y montaje de escaparates, analizando información sobre psicología del consumidor, tendencias, criterios estéticos y criterios comerciales.

RA5. Diseña distintos tipos de escaparate, respetando objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos.

RA6. Organiza el montaje de un escaparate mediante las técnicas adecuadas, aplicando la normativa de prevención de riesgos.

Módulo Profesional: **Gestión de productos y promociones en el punto de venta**

- Formación inicial:

RA1. Determina la dimensión del surtido de productos, definiendo el posicionamiento estratégico para conseguir la gestión óptima del establecimiento.

- Formación en alternancia en la empresa:

<p>RA2. Determina el procedimiento de implantación del surtido de productos en los lineales según criterios comerciales, optimizando las operaciones de mantenimiento y reposición</p> <p>RA4. Diseña acciones promocionales en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising adecuadas</p>	<p>-GPP2. La elaboración de bocetos, planos e informes de implantación de productos en lineales</p>
<p>RA3. Calcula la rentabilidad de la implantación del surtido, analizando y corrigiendo las posibles desviaciones sobre los objetivos propuestos.</p> <p>RA4. Diseña acciones promocionales en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising adecuadas.</p> <p>RA6. Controla la eficiencia de las acciones promocionales, adoptando medidas que optimicen la gestión de la actividad.</p>	<p>-GPP3. La realización de estudios de rentabilidad de implantaciones de surtido en establecimientos comerciales</p>

RA4. Diseña acciones promocionales en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising adecuadas.	-GPP2. La elaboración de bocetos, planos e informes de implantación de productos en lineales.
RA4. Diseña acciones promocionales en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising adecuadas RA5. Determina los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta, definiendo el perfil del candidato y las acciones formativas según el presupuesto disponible	-GPP4. La identificación de criterios para seleccionar y formar recursos humanos para las promociones de establecimientos comerciales

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA2. Determina el procedimiento de implantación del surtido de productos en los lineales según criterios comerciales, optimizando las operaciones de mantenimiento y reposición.

RA3. Calcula la rentabilidad de la implantación del surtido, analizando y corrigiendo las posibles desviaciones sobre los objetivos propuestos.

RA4. Diseña acciones promocionales en el punto de venta, aplicando técnicas de merchandising adecuadas.

RA5. Determina los procedimientos de selección y formación del personal de promoción en el punto de venta, definiendo el perfil del candidato y las acciones formativas según el presupuesto disponible.

RA6. Controla la eficiencia de las acciones promocionales, adoptando medidas que optimicen la gestión de la actividad.

Módulo Profesional: **Organización de equipos de ventas**

- Formación inicial:

RA1. Determina la estructura organizativa y el tamaño del equipo comercial, ajustándose a la estrategia, objetivos y presupuesto establecidos en el plan de ventas.

RA2. Determina las características del equipo comercial, describiendo los puestos de trabajo y el perfil de los vendedores o comerciales.

- Formación en alternancia en la empresa:

RA3. Planifica la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial, aplicando técnicas de organización y gestión comercial	-OEV3. El desarrollo y ejecución del plan de ventas utilizando medios informáticos para su gestión
RA4. Define planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales, cumpliendo los objetivos y requerimientos establecidos. RA5. Diseña un sistema de motivación y remuneración de los vendedores, teniendo en cuenta los objetivos de ventas, el presupuesto, los valores y la identidad corporativa de la empresa	-OEV2. La selección, formación, motivación y retribución de los vendedores
RA6. Propone acciones para la gestión de situaciones conflictivas en el equipo de comerciales, aplicando técnicas de negociación y resolución de conflictos. RA7. Diseña el sistema de evaluación y control de los resultados de ventas y la actuación del equipo comercial, proponiendo en su caso, las medidas correctoras oportunas.	-OEV4. Evaluación y control del equipo de ventas

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA3. Planifica la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial, aplicando técnicas de organización y gestión comercial.

RA4. Define planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales, cumpliendo los objetivos y requerimientos establecidos.

RA5. Diseña un sistema de motivación y remuneración de los vendedores, teniendo en cuenta los objetivos de ventas, el presupuesto, los valores y la identidad corporativa de la empresa

RA6. Propone acciones para la gestión de situaciones conflictivas en el equipo de comerciales, aplicando técnicas de negociación y resolución de conflictos.

RA7. Diseña el sistema de evaluación y control de los resultados de ventas y la actuación del equipo comercial, proponiendo en su caso, las medidas correctoras oportunas.

Módulo Profesional: **Marketing digital**

- Formación inicial:

RA1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.

- Formación en alternancia en la empresa:

RA2. Gestiona diversos servicios protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros RA4. Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial. RA7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line. RA5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión RA6. Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial. RA1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.	-MDI2. Creación, mantenimiento y gestión de aplicaciones web para la promoción, venta y comunicación de la empresa
RA3. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico	-MDI4. Facturación electrónica y gestión documental de la venta digital
RA7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.	-MDI3. Investigación, diseño e implantación del plan de marketing digital

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA2. Gestiona diversos servicios protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.

RA3. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico

RA4. Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.

RA5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.

RA6. Diseña el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.

RA7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.

Módulo Profesional: **Logística de aprovisionamiento**

- Formación inicial:

RA1. Determina las necesidades de materiales y plazos para la ejecución de programas de producción/distribución, siguiendo los planes definidos.

RA2. Elabora programas de aprovisionamiento, ajustándose a objetivos, plazos y criterios de calidad de los procesos de producción/distribución.

- Formación en alternancia en la empresa

RA3. Aplica métodos de gestión de stocks, realizando previsiones de requerimientos de mercancías y materiales en sistemas de producción/aprovisionamiento.	-LAP2. Seguimiento, control y gestión de los stocks
RA4. Realiza la selección, seguimiento y evaluación de los proveedores, aplicando los mecanismos de control, seguridad y calidad del proceso y del programa de aprovisionamiento. RA5. Determina las condiciones de negociación del aprovisionamiento, aplicando técnicas de comunicación y negociación con proveedores.	-LAP3. Análisis de proveedores, selección y determinación de parámetros de negociación
RA6. Elabora la documentación relativa al control, registro e intercambio de información con proveedores, siguiendo los procedimientos de calidad y utilizando aplicaciones informáticas	-LAP4. Cumplimentación de documentación utilizando aplicaciones informáticas adecuadas

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA3. Aplica métodos de gestión de stocks, realizando previsiones de requerimientos de mercancías y materiales en sistemas de producción/aprovisionamiento.

RA4. Realiza la selección, seguimiento y evaluación de los proveedores, aplicando los mecanismos de control, seguridad y calidad del proceso y del programa de aprovisionamiento.

RA5. Determina las condiciones de negociación del aprovisionamiento, aplicando técnicas de comunicación y negociación con proveedores.

RA6. Elabora la documentación relativa al control, registro e intercambio de información con proveedores, siguiendo los procedimientos de calidad y utilizando aplicaciones informáticas.

Módulo Profesional: **Proyecto de gestión de ventas y espacios comerciales**

- Formación inicial:

- Formación en alternancia en la empresa:

- Formación en alternancia en el centro educativo:

Módulo Profesional: **Horas de Libre Configuración**

- Formación inicial:

- Formación en alternancia en la empresa:

- Formación en alternancia en el centro educativo:

Módulo Profesional: **Técnicas de venta y negociación**

- Formación inicial:

RA1. Obtiene la información necesaria para definir estrategias comerciales y elaborar el plan de ventas, organizando los datos recogidos desde cualquiera de los sistemas de información disponibles.

RA2. Identifica nuevas oportunidades de negocio que contribuyan a optimizar la gestión comercial de la empresa, aplicando los procedimientos y técnicas de análisis adecuadas.

RA3. Elabora el plan y el argumentario de ventas del producto, realizando propuestas que contribuyan a mejorar el posicionamiento del producto en el mercado, la fidelización de los clientes y el incremento de las ventas.

RA4. Gestiona la información necesaria para garantizar la disponibilidad de productos y la prestación de servicios que se requiere para ejecutar el plan de ventas, aplicando los criterios y procedimientos establecidos.

- Formación en alternancia en la empresa:

<p>RA5. Gestiona el proceso de venta del producto o servicio, utilizando las técnicas de venta y cierre adecuadas, de acuerdo con el plan de ventas y dentro de los márgenes de actuación establecidos por la empresa.</p> <p>RA6. Diseña el proceso de negociación de las condiciones de una operación comercial, aplicando técnicas de negociación para alcanzar un acuerdo con el cliente o proveedor dentro de los límites establecidos por la empresa.</p>	<p>-TVN2. Comercialización y venta de productos y servicios con una atención al cliente utilizando las técnicas comerciales</p>
<p>RA7. Elabora contratos de compraventa y otros afines, recogiendo los acuerdos adoptados en el proceso de venta y negociación.</p>	<p>-TVN3. Gestión administrativa de la documentación de compraventa.</p>
<p>RA8. Planifica la gestión de las relaciones con los clientes, organizando el servicio postventa de atención al cliente, de acuerdo con los criterios y procedimientos establecidos por la empresa</p>	<p>-TVN4. Tratamiento de quejas y reclamaciones</p>

- Formación en alternancia en el centro educativo:

RA5. Gestiona el proceso de venta del producto o servicio, utilizando las técnicas de venta y cierre adecuadas, de acuerdo con el plan de ventas y dentro de los márgenes de actuación establecidos por la empresa.

RA6. Diseña el proceso de negociación de las condiciones de una operación comercial, aplicando técnicas de negociación para alcanzar un acuerdo con el cliente o proveedor dentro de los límites establecidos por la empresa.

RA7. Elabora contratos de compraventa y otros afines, recogiendo los acuerdos adoptados en el proceso de venta y negociación.

RA8. Planifica la gestión de las relaciones con los clientes, organizando el servicio postventa de atención al cliente, de acuerdo con los criterios y procedimientos establecidos por la empresa.