

MINISTERIO EDUCACIÓN Y CIENCIA.

BOE 29 septiembre 1994, núm. 233/1994 [pág. 30130]

FORMACIÓN PROFESIONAL ESPECÍFICA. Establece el título de Técnico en Comercio y las correspondientes enseñanzas mínimas.

Artículo 1.

Se establece el título de formación profesional de Técnico en Comercio, que tendrá carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas que se contienen en el anexo al presente Real Decreto.

Artículo 2.

1. La duración y el nivel del ciclo formativo son los que se establecen en el apartado 1 del anexo.
 2. Las especialidades exigidas al profesorado que imparta docencia en los módulos que componen este título, así como los requisitos mínimos que habrán de reunir los centros educativos son los que se expresan, respectivamente, en los apartados 4.1 y 5 del anexo.
 3. Las materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente Real Decreto se establecen en el apartado 4.2 del anexo.
 4. En relación con lo establecido en la disposición adicional undécima de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre (RCL 1990\2045), se declaran equivalentes a efectos de docencia las titulaciones que se expresan en el apartado 4.3 del anexo.
 5. Las modalidades del bachillerato a las que da acceso el presente título son las indicadas en el apartado 6.1 del anexo.
 6. Los módulos susceptibles de convalidación por estudios de formación profesional ocupacional o correspondencia con la práctica laboral son los que se especifican, respectivamente, en los apartados 6.2 y 6.3 del anexo.
- Sin perjuicio de lo anterior, a propuesta de los Ministerios de Educación y Ciencia y de Trabajo y Seguridad Social, podrán incluirse, en su caso, otros módulos susceptibles de convalidación y correspondencia con la formación profesional ocupacional y la práctica laboral.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera.-De conformidad con lo establecido en el Real Decreto 676/1993, de 7 de mayo (RCL 1993\1578), por el que se establecen directrices generales sobre los títulos y las correspondientes enseñanzas mínimas de formación profesional, los elementos que se enuncian bajo el epígrafe «Referencia del sistema productivo» en el apartado 2 del anexo del presente Real Decreto no constituyen una regulación del ejercicio de profesión titulada alguna y, en todo caso, se entenderán en el contexto del presente Real Decreto con respecto al ámbito del ejercicio profesional vinculado por la legislación vigente a las profesiones tituladas.

Segunda.-De conformidad con la disposición transitoria tercera del Real Decreto 1004/1991, de 14 de junio (RCL 1991\1607 y 1797), están autorizados para impartir el presente ciclo formativo los centros privados de formación profesional:

- a) Que tengan autorización o clasificación definitiva para impartir la rama Administrativo-Comercial de primer grado.
- b) Que estén clasificados como homologados para impartir las especialidades de la rama Administrativo-Comercial de segundo grado.

DISPOSICIONES FINALES

Primera.-El presente Real Decreto, que tiene carácter básico, se dicta en uso de las competencias atribuidas al Estado en el artículo 149.1.30.^a de la Constitución (RCL

1978\2836 y ApNDL 2875) , así como en la disposición adicional primera, apartado 2 de la Ley Orgánica 8/1985, de 3 de julio (RCL 1985\1604, 2505 y ApNDL 4323) del Derecho a la Educación, y en virtud de la habilitación que confiere al Gobierno el artículo 4.2 de la Ley Orgánica 1/1990, de 3 de octubre, de Ordenación General del Sistema Educativo.

Segunda. -Corresponde a las administraciones educativas competentes dictar cuantas disposiciones sean precisas, en el ámbito de sus competencias, para la ejecución y desarrollo de lo dispuesto en el presente Real Decreto.

Tercera. -El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

ANEXO

Indice

1. Identificación del título:

1.1 Denominación.

1.2 Nivel.

1.3 Duración del ciclo formativo.

2. Referencia del sistema productivo:

2.1 Perfil profesional:

2.1.1 Competencia general.

2.1.2 Capacidades profesionales.

2.1.3 Unidades de competencia.

2.1.4 Realizaciones y dominios profesionales.

2.2 Evolución de la competencia profesional:

2.2.1 Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos.

2.2.2 Cambios en las actividades profesionales.

2.2.3 Cambios en la formación.

2.3 Posición en el proceso productivo:

2.3.1 Entorno profesional y de trabajo.

2.3.2 Entorno funcional y tecnológico.

3. Enseñanzas mínimas:

3.1 Objetivos generales del ciclo formativo.

3.2 Módulos profesionales asociados a una unidad de competencia:

Operaciones de almacenaje.

Animación del punto de venta.

Operaciones de venta.

Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial.

3.3 Módulos profesionales transversales:

Aplicaciones informáticas de propósito general.

Lengua extranjera o de la Comunidad Autónoma.

3.4 Módulo profesional de formación en centro de trabajo.

3.5 Módulo profesional de formación y orientación laboral.

4. Profesorado:

4.1 Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo.

4.2 Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el profesorado de las especialidades definidas en el presente Real Decreto.

4.3 Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia.

5. Requisitos mínimos de espacios e instalaciones para impartir estas enseñanzas.

6. Acceso al bachillerato, convalidaciones y correspondencias.

6.1 Modalidades del bachillerato a las que da acceso.

6.2 Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional.

6.3 Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral.

1. Identificación del título

1.1 Denominación: Comercio.

1.2 Nivel: formación profesional de grado medio.

1.3 Duración del ciclo formativo: 1.400 horas.

2. Referencia del sistema productivo

2.1 Perfil profesional.

2.1.1 Competencia general.

Los requerimientos generales de cualificación profesional del sistema productivo para este técnico son:

Ejecutar los planes de actuación establecidos para la comercialización de productos y/o servicios en las mejores condiciones de calidad, tiempo, lugar y precio y administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

2.1.2 Capacidades profesionales.

-Animar los puntos de venta de establecimientos dedicados a la comercialización de productos o servicios, consiguiendo los objetivos establecidos en las diferentes promociones y ofertas y aplicar las técnicas de «merchandising».

-Vender productos o servicios utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la organización, expresándose durante el proceso con seguridad, precisión y eficacia.

-Atender, informar y asesorar al cliente con diligencia y cortesía, identificando sus necesidades y satisfaciendo las mismas en el marco de las posibilidades de la empresa.

-Realizar las operaciones de cobro que se originan en el desarrollo de la actividad comercial, utilizando de manera eficaz la tecnología existente y verificando que los medios de pago cumplen la normativa vigente.

-Controlar que las operaciones de recepción, manipulación, distribución interna y expedición de mercancías se efectúan siguiendo los procedimientos establecidos y cumpliendo la normativa de seguridad e higiene.

-Controlar que las condiciones físicas y ambientales del almacén son las adecuadas a la naturaleza de los productos y que su acondicionamiento está de acuerdo con las exigencias de la normativa.

-Organizar un pequeño almacén, realizando las operaciones necesarias de planificación de rutas internas, de distribución de las mercancías e identificando las existencias disponibles en todo momento.

-Administrar y gestionar una pequeña empresa o establecimiento comercial, realizando la actividad con eficacia y rentabilidad.

-Poseer una visión global e integrada del proceso comercial en sus aspectos técnicos, organizativos y humanos.

-Adaptarse a nuevas situaciones laborales generadas como consecuencia de los cambios producidos por la aparición de nuevas tecnologías relacionadas con su profesión.

-Ejecutar un conjunto de acciones de contenido politécnico y/o polifuncional, de forma autónoma en el marco de las técnicas propias de su profesión, bajo métodos establecidos.

-Mantener relaciones fluidas con los miembros del grupo funcional en el que está integrado, colaborando en la consecución de los objetivos asignados al grupo, respetando el trabajo de los demás, participando activamente en la organización y

desarrollo de tareas colectivas y cooperando en la superación de las dificultades que se presenten.

-Mantener comunicaciones efectivas en el desarrollo de su trabajo y en especial en operaciones comerciales, de venta y atención al cliente, informando y solicitando ayuda a quien proceda cuando se produzcan contingencias en la operación.

-Resolver problemas y tomar decisiones individuales, siguiendo normas establecidas o precedentes definidos dentro del ámbito de su competencia, consultando con sus superiores la decisión adoptada cuando los efectos que se puedan producir alteren las condiciones normales de seguridad, organización o económicas.

Requerimientos de autonomía en las situaciones de trabajo

A este técnico, en el marco de las funciones y objetivos asignados por técnicos de nivel superior al suyo, se le requerirán, en los campos ocupacionales concernidos, por lo general, las capacidades de autonomía en:

Recepción y control de la mercancía.

Valoración de mercancía en almacén.

Confección de los carteles del establecimiento.

Montaje del escaparate.

Preparación de lineales de productos.

Atención al cliente.

Realización de cobros y de pagos.

Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial.

Venta de productos.

2.1.3 Unidades de competencia.

1. Organizar y controlar las operaciones de almacenaje de productos.

2. Realizar las actividades de animación del punto de venta.

3. Realizar las operaciones de venta de productos y/o servicios.

4. Administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.

2.1.4 Realizaciones y dominios profesionales.

Unidad de competencia 1: organizar y controlar las operaciones de almacenaje de productos

RealizacionesCriterios de realización

1.1 Supervisar el producto recepcionado, comprobando que se ajusta a las condiciones contratadas del pedido. - Se detectan posibles defectos en la cantidad, fecha de caducidad, daños y pérdidas.

- Se gestiona con el departamento técnico, si procede, la comprobación de las características técnicas del producto.

- Se compara el albarán que acompañan las entradas de productos con la factura correspondiente y se comprueban en él los precios, unidades, descuentos, impuestos y las operaciones aritméticas.

1.2 Organizar los recursos humanos y materiales en cada operación de distribución de productos en el almacén, optimizando el almacenaje de acuerdo con las instrucciones recibidas. - Se asignan los recursos humanos y materiales para optimizar el tiempo de cada operación de distribución interna y garantizar el estado físico de los productos.

- Se dan las instrucciones precisas para la ubicación de los productos, de acuerdo con criterios establecidos, las normas de seguridad e higiene, optimización del espacio disponible y la rotación necesaria de los productos.

- Se establecen criterios de manipulación de los productos, de acuerdo con sus características y normas de seguridad e higiene.

- Se establece un itinerario que optimice los tiempos en las operaciones de almacenaje y facilite la movilidad en la manipulación de los productos.

1.3 Valorar el producto almacenado de acuerdo con el criterio de valoración de «stock» establecido y realizar inventarios en los períodos estipulados para satisfacer las necesidades de información en la organización. - Se registran las entradas y salidas de productos, manual o informáticamente, en las fichas de almacén y se mantienen actualizadas siguiendo procedimientos establecidos.

- El nivel de existencia se mantiene en los límites fijados.

- Se realizan los cálculos necesarios para obtener el valor de los productos en el almacén, aplicando el criterio de valoración establecido (PMP, LIFO, FIFO y otros).

- En los períodos determinados se dan las instrucciones precisas al equipo correspondiente para realizar el recuento físico del producto almacenado en el plazo convenido.

- El inventario se realiza en el formato adecuado, manual o informáticamente, efectuando correctamente los cálculos necesarios y en la fecha establecida.

- Se comprueba la concordancia entre las fichas de almacén y el recuento físico de los productos, detectando las posibles desviaciones, realizando las correcciones oportunas y/o transmitiendo, en su caso, la incidencia originada.

- Se transmite en tiempo y forma la información requerida a los departamentos correspondientes.

1.4 Gestionar la expedición de la mercancía, utilizando el embalaje y medio de transporte establecido. - Se comprueba que la mercancía existente en el almacén cubre las necesidades del pedido, en cuanto a calidad y cantidad del mismo.

- Se verifica que el acondicionamiento de la mercancía se adecua a las condiciones establecidas.

- En la preparación del pedido se dan las instrucciones necesarias para que:

El acondicionamiento se realice con el embalaje establecido.

El pedido esté disponible para su expedición en la fecha pactada.

El lugar de colocación de las etiquetas en el embalaje sea el adecuado y la información que debe registrarse en las mismas identifique fácilmente la mercancía (remitente, destinatario, características esenciales como peligrosidad, fragilidad y otras).

- Se verifica que la mercancía expedida va acompañada de la documentación necesaria y que los datos son los correctos.

- Se dan instrucciones para la operación de carga en el medio de transporte determinando:

Mercancía que hay que trasladar y número de unidades.

Ubicación en el almacén.

Sistemas de manipulación de acuerdo con las características del producto, asegurando la protección física.

Colocación en el medio de transporte de acuerdo con el producto, espacios y orden de entrega en destino.

1.5 Controlar que el funcionamiento del almacén cumple los procedimientos establecidos y la normativa de seguridad e higiene. - Se supervisa la actuación del equipo humano del almacén en cada operación de recepción, almacenaje y expedición de productos, verificando la optimización de tiempos y la aplicación de los procedimientos establecidos, según las características de las mercancías y la normativa de seguridad e higiene.

- Se comprueba que en el emplazamiento de las mercancías se han aplicado las medidas de seguridad e higiene correspondientes.

- Se verifica que el estado de conservación del almacén (espacio físico, mobiliario, herramientas, utillaje, medidas antiincendios, etc.), está con arreglo a la normativa legal de seguridad e higiene.

- Se transmite cualquier anomalía detectada, proponiendo, si es necesario, medidas correctoras.

DOMINIO PROFESIONAL

Información, documentación (naturaleza, tipos y soportes): inventarios de mercancías.

Listado de huecos en almacén. Listado ABC de mercancías. Ordenes de pedido.

Albaranes de entrada y salida. Facturas. Fichas de almacén. Normativa de seguridad e higiene. Directrices establecidas para la organización del almacén.

Medios para el tratamiento de información: programas: entornos de usuario, programas informáticos de gestión y control de almacén. Equipos: ordenadores personales, puestos de redes locales y de teleproceso.

Procesos, métodos y procedimientos: organización y control de la recepción, ubicación de la mercancía en almacén y expedición de los pedidos. Métodos de valoración y gestión de existencias. Elaboración de inventarios y fichas de almacén. Métodos de colocación y manipulación de mercancías de acuerdo con sus características técnicas.

Principales resultados del trabajo: mercancías almacenadas de acuerdo con sus características técnicas y en lugar adecuado según la normativa de seguridad e higiene. Expedición y recepción de pedidos. Inventario físico. Inventario valorado y actualizado.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio: Jefe de compra. Transportistas. Departamentos de Producción. Departamentos comerciales. Empresas suministradoras de embalajes y envases. Clientes y proveedores.

Unidad de competencia 2: realizar las actividades de animación del punto de venta

Realizaciones Criterios de realización

2.1 Montar el escaparate previamente definido, transmitiendo la imagen deseada del establecimiento y respetando las normas específicas de seguridad. - Se identifica la imagen que se va a transmitir y los parámetros que determinen el escaparate definido: Dimensión.

Elementos que lo componen (productos y tipo de materiales de composición).

Distribución.

Períodos de montaje.

Normas de seguridad.

Instalaciones de iluminación.

Volúmenes.

- Se organiza el montaje del escaparate determinando:

Herramientas que se van a utilizar.

Fases de ejecución según el tiempo establecido.

Aprovisionamiento y preparación de los materiales.

Las instalaciones precisas.

- En la ejecución del montaje se disponen, mezclan, manipulan y transforman los materiales con habilidad teniendo en cuenta técnicas de color, características físicas de los productos y materiales, y la normativa de seguridad para conseguir el efecto deseado.

- Los escaparates se modifican periódicamente, cambiando los productos y demás elementos componentes del mismo, de acuerdo con las especificaciones recibidas.

- En pequeños establecimientos se define el escaparate que se va a montar en función del tipo de cliente cuya atención se quiere captar, potenciando el/los artículo/s con elementos decorativos adecuados y remarcando las diferencias de la oferta del establecimiento con respecto a la competencia.

2.2 Preparar los lineales de productos optimizando espacios, buscando la complementariedad de los artículos y facilitando la opción de compra. - Los lineales

se distribuyen por familias de productos, según la planificación establecida por la empresa, en función de su utilización y normativa vigente.

- La disposición de los productos dentro del lineal se realiza vertical u horizontalmente, siguiendo criterios de «merchandising» (impresión de orden, ubicación al alcance del cliente, concentración de la atención del cliente en una zona espacial reducida, optimización de los niveles del lineal).
- En el mobiliario del punto de venta se colocan los diferentes productos, teniendo en cuenta el número de caras para que sea perfectamente visible por el cliente desde diferentes ángulos.
- Los productos se reponen en las secciones en el momento que se observa que están alcanzando el límite de rotura de «stock».
- Los productos a los que se desee dar mayor salida, según los planes de venta establecidos, se sitúan a la altura de los ojos facilitando la decisión de compra.
- Los productos buscados a propósito por el consumidor se ubican en la zona próxima al suelo.
- Se observan las medidas de seguridad e higiene en los lineales de productos.

2.3 Mantener actualizada la información para orientar adecuadamente al cliente en el punto de venta, elaborando y ubicando la cartelística del establecimiento y las etiquetas de los productos según los procedimientos y los objetivos comerciales establecidos.

- Se confeccionan los carteles precisos (de precios, promociones, secciones y otros) aplicando las técnicas más adecuadas de rotulación (tipo de letra, técnicas de escritura) y/o manejando programas informáticos de autoedición.
- Se marcan, según instrucciones recibidas, los sentidos de circulación precisos dentro del establecimiento utilizando técnicas y principios de «merchandising».
- Se combinan correctamente forma, color, textura y tipo de letra para lograr el mejor contraste y armonía en los carteles y una fácil lectura a distancia adecuada.
- En la realización de la cartelística promocional se expresan con claridad y exactitud las secciones y productos en promoción.
- Las etiquetas se colocan en una posición segura y visible que facilite el acceso a la información que proporcionan.
- El proceso de etiquetado se lleva a cabo clasificando y manipulando los productos de acuerdo con sus características y evitando daños en los mismos.
- La elaboración de las etiquetas de los productos se realiza en función de la información que se desea proporcionar (precio, proveedor, características relevantes).
- Las etiquetas de precios se mantienen actualizadas en todo momento comprobando las ofertas de productos y etiquetando de nuevo, si es necesario.

2.4 Calentar «puntos fríos» para incrementar el volumen de ventas. - Se colocan las islas precisas, con el fin de atraer la atención del cliente sobre los productos en oferta y promoción.

- Se sitúan las áreas de base necesarias para forzar el recorrido del comprador por gran parte del establecimiento.
- Se colocan los indicadores visuales precisos que señalen al cliente dónde se hallan las áreas promocionales.
- Se organizan las actuaciones puntuales de promoción necesarias, de acuerdo con las especificaciones recibidas (demostraciones de funcionamiento y utilización de productos, degustaciones, centros de atención y animación), informando de promociones, artículos y oportunidades.

DOMINIO PROFESIONAL

Información, documentación (naturaleza, tipos y soportes): planos del establecimiento. Normas de seguridad en el trabajo. Informes del DDP («direct product productivity»). Informes de ventas por secciones. Informes sobre seguimiento de ventas

promocionales. Informes de otras ventas posibles (ventas de cabeceras de góndola, espacios destacados en una estantería, presentaciones especiales en una superficie de venta, escaparate, etc.). Catálogos de precios de productos. Documentación sobre decoración de establecimientos.

Medios para el tratamiento de la información: programas: entornos de usuario, aplicaciones gráficas y de autoedición. Equipos: ordenadores personales, puestos de redes locales y de teleproceso.

Materiales, útiles y equipos: materiales y elementos de decoración y realización de escaparates. Materiales y útiles de rotulación y elaboración de carteles. Útiles y equipos para la preparación de lineales. Elementos de PLV (publicidad en el lugar de venta) propios o del fabricante. Etiquetas y materiales para el etiquetado. «Software» de edición y de etiquetado.

Procesos, métodos y procedimientos: procedimientos normalizados en grandes establecimientos sobre distribución, reposición y etiquetado de productos. Montaje de escaparates. Confección de carteles. Métodos físicos y psicológicos para «calentar puntos fríos».

Principales resultados del trabajo: escaparate. Cartelística en el punto de venta. Etiquetas. Promoción de productos.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio: «merchandiser». Diseñador de escaparates. Vendedores. Publicistas. Clientes.

Unidad de competencia 3: realizar las operaciones de venta de productos y/o servicios

Realizaciones Criterios de realización

3.1 Atender al cliente en la solicitud de productos y/o servicios, satisfaciendo sus necesidades, y teniendo en cuenta los planes de actuación y objetivos de venta del establecimiento comercial. - Se identifican las necesidades del cliente para determinar los productos o servicios que pueden satisfacerlas.

- Se identifica el tipo de cliente de acuerdo con características observables (segmento de población, comportamiento, preguntas planteadas y otras) para aplicar las técnicas de venta adecuadas al mismo.

- Cuando se precisa, se obtiene información necesaria y actualizada sobre el producto o servicio determinado.

- Se asesora con claridad y exactitud al cliente acerca de los productos que pueden satisfacer sus necesidades (usos, características, precio), suministrando la información de manera ordenada y oportuna y preparando, en su caso, una demostración práctica de usos y manejo.

- Se identifica con prontitud el lugar y la sección donde están ubicados los productos para evitar tiempos muertos en la atención al cliente.

- La atención al cliente se realiza en un plazo que no perjudique el funcionamiento del establecimiento comercial ni los objetivos de venta establecidos.

- Se cuida el aspecto personal y la forma de expresarse en el contacto con el cliente es correcta y amable, de forma que se promuevan las buenas relaciones comerciales futuras.

- El producto comprado se embala previamente con un material adecuado a sus características de manera que se asegure su protección física.

- El empaquetado del producto se realiza con rapidez y eficiencia, teniendo en cuenta la estética y estilo y transmitiendo la imagen que el establecimiento quiere dar al cliente.

- En el servicio post-venta se persigue el mantenimiento de la clientela mediante un trato diligente y cortés.

- Cuando el tipo de cliente u operación que se va a realizar sobrepasa la responsabilidad asignada se recurre con prontitud al superior jerárquico.

3.2 Determinar las líneas propias de actuación comercial en la venta, ajustando el plan de acción definido por la empresa a las características específicas de cada cliente. -

Se identifican los parámetros que afectan a la actuación comercial:

De empresa y mercado (imagen de la empresa, volumen de ventas, normas de actuación, objetivos comerciales, posición del producto en el mercado...).

Características del producto o servicio (materiales de que está hecho el producto, características del servicio, marca, presentación, usos, precios, seguridad, duración).

- Se identifican las características de la cartera de clientes potenciales y reales (edad, potencial de compra, pedidos realizados, pedidos pendientes de cierre y otros) para detectar puntos fuertes y débiles y establecer líneas de actuación con cada cliente.

- Se confecciona un plan de ventas propio teniendo en cuenta los parámetros comerciales identificados y de acuerdo con los objetivos establecidos por la organización, detallando:

Planificación de visitas (rutas, frecuencias, número, etcétera).

Objetivos de ventas y argumentario para cada cliente.

Ampliación de la cartera de clientes.

Condiciones ofertadas y márgenes de negociación.

Límites de actuación.

3.3 Obtener la firma del pedido utilizando las técnicas de cierre adecuadas dentro de los márgenes de actuación de venta establecidos por la empresa. - Se identifica la fase de la negociación determinando el momento oportuno de abordar el cierre y la estrategia adecuada al tipo de cliente (aspectos que se van a desarrollar, tiempo óptimo de la entrevista, objeciones previstas).

- La entrevista con el cliente se dirige de acuerdo con la estrategia establecida reaccionando con prontitud ante cualquier incidencia no prevista.

- Se facilita la compra al cliente creando una atmósfera acogedora y positiva y actuando de forma educada y amable.

- Las opciones presentadas por los clientes se resuelven adecuadamente basándose en el «argumentario» de venta desarrollado.

- En el proceso de negociación se van cerrando los diferentes aspectos de la operación dentro de los márgenes establecidos hasta conseguir la firma del pedido.

- Las condiciones que regulan el contrato de compraventa se establecen claramente, elaborando el correspondiente documento de acuerdo con la normativa vigente y los criterios establecidos por la empresa.

3.4 Resolver en el marco de su responsabilidad las reclamaciones presentadas por los clientes, según los criterios y procedimientos establecidos por la empresa. - Se

adopta una actitud positiva ante la queja o incidencia presentada por el cliente aceptando la responsabilidad que corresponda en cada caso.

- Se identifica la naturaleza de la reclamación, cumplimentando correctamente la documentación que se requiera según el procedimiento establecido e informando al cliente del proceso que debe seguir.

- Frente a las quejas o incidencias injustificadas del cliente se adopta una postura segura mostrando educación y presentando razones para llegar al acuerdo con el cliente y, si procede, se aplican los criterios establecidos por la organización.

- La queja o incidencia se recoge y canaliza como fuente de información para su posterior análisis.

- Cuando la información o contingencia sobrepasa la responsabilidad asignada, se transmite al superior jerárquico con prontitud.

3.5 Realizar y controlar las operaciones de cobro y pago en moneda, cheques y tarjetas de crédito, tanto nacionales como extranjeros, asegurando su fiabilidad y exactitud.

- Se mantiene la caja en las condiciones adecuadas de utilización y manejo.
- Cuando es necesario, se introducen en la caja con rapidez y seguridad los códigos de precios de artículos vendidos.
- Se mantienen actualizados los códigos de precios aplicando los procedimientos establecidos.
- Si procede, se verifica la correcta cumplimentación de cheques de acuerdo con la legislación vigente y se realizan las comprobaciones que validan las tarjetas de crédito utilizadas como medio de pago.
- La operación de cobro o pago se finaliza con la entrega del cambio correcto y proporcionando o solicitando los documentos acreditativos de la compra o venta.
- Se determina el lugar apropiado para la colocación del dinero, cheques y documentos de crédito.
- La operación se lleva a cabo con amabilidad, corrección y claridad, indicando el importe verbalmente.
- Se realizan correctamente los cálculos necesarios para efectuar el cambio de moneda extranjera.
- Se utilizan con destreza y fiabilidad los equipos y terminales de caja en la realización de los cobros y pagos.
- Se efectúa el arqueo y cierre de la caja, detectando posibles desviaciones con los registros efectuados y se proporciona la información y los comprobantes al responsable para su contabilización.

DOMINIO PROFESIONAL

Información, documentación (naturaleza, tipos y soportes): catálogos de productos o servicios. Listado de precios y ofertas. Fichas de clientes. Albaranes. Notas del servicio técnico, facturas. Pedidos y revistas especializadas; información general y comercial de la empresa. Información técnica del producto. Información del sector y del entorno del establecimiento. «Ranking» de productos. Información de «stock» en almacén.

Cheques, tarjetas de crédito, letras de cambio.

Materiales, útiles y equipos: muestrarios de productos. Carteles publicitarios.

Expositores. Folletos. Máquinas registradoras. Terminal cobro tarjetas de crédito.

Terminales punto de venta. Calculadora.

Procesos, métodos y procedimientos: aplicación de técnicas de ventas. Cierre de la venta.

Atención al cliente. Confección de planes propios de actuación comercial en la venta.

Gestión de caja.

Principales resultados del trabajo: venta del producto o servicio. Contrato de compraventa. Operaciones de caja.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio: clientes. Vendedores. Director comercial. Personal administrativo. Jefe de equipo de ventas. Responsable del establecimiento y/o sección.

Unidad de competencia 4: administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial

Realizaciones Criterios de realización

4.1 Obtener y valorar la información necesaria para la implantación de un pequeño establecimiento comercial, aplicando los procedimientos adecuados. - Se identifican las variables y parámetros que afectan a la selección de la actividad y ubicación de un establecimiento comercial.

- Se identifican y seleccionan las fuentes de información más fiables que proporcionen los datos necesarios para la toma de decisiones.

- Se realizan los trámites oportunos para la obtención de la información y, si es necesario, se aplica la técnica de recogida de datos que proporciona la información más fiable y representativa.

- Se procesa la información obtenida, aplicando los métodos adecuados, de manera que quedan los datos perfectamente organizados para la toma de decisiones.

- Se determina la actividad, ubicación y objetivos, que se deducen como idóneos a través del análisis de la información.

4.2 Determinar la organización del establecimiento comercial y los recursos necesarios para el funcionamiento óptimo, en relación con los objetivos establecidos. - Se selecciona la forma jurídica de empresa más adecuada a los recursos disponibles, objetivos y a las características de la actividad.

- Se determina la composición de recursos humanos necesarios, según las funciones que hay que desarrollar en la actividad del establecimiento comercial y objetivos previstos.

- Se determina la composición e inversión óptima en inmovilizado, de acuerdo con los objetivos previstos y recursos financieros disponibles.

- Se determina la ubicación física más idónea para el tipo de establecimiento, a partir del análisis de los parámetros que condicionan la selección.

- Se elabora un presupuesto de gastos e ingresos, de acuerdo con las previsiones de demanda.

- Se valora la posibilidad de subvenciones y/o ayudas a la empresa o a la actividad, ofrecidas por las diferentes Administraciones Públicas.

- Se selecciona la fuente de financiación ajena más adecuada a las necesidades previstas, a partir del análisis de la información suministrada por las entidades de crédito y realizando los cálculos oportunos.

- Se determina la estructura organizativa del establecimiento, fijando las funciones y actividades que se deben desarrollar para alcanzar los objetivos previstos.

- En la contratación de personal se aplica la legislación vigente y el convenio colectivo del sector.

- Se identifican las formas de contratación vigentes y más habituales en el sector.

- Se determina la modalidad de contratación del personal más idónea en función de los objetivos previstos.

4.3 Gestionar la constitución y puesta en marcha del establecimiento comercial, cumpliendo la legislación vigente. - Se identifica la normativa que regula la constitución y puesta en marcha de un pequeño establecimiento comercial y establece la documentación y trámites necesarios.

- Se identifican los organismos oficiales que tramitan los documentos para la constitución y puesta en marcha.

- Se realizan las gestiones necesarias para la obtención de la documentación exigida por la legislación vigente.

- Se realizan los trámites oportunos, en tiempo y forma, ante los organismos públicos para la iniciación de la actividad, de acuerdo con los requisitos legales.

4.4 Realizar las gestiones administrativas generadas en el desarrollo de la actividad comercial, de acuerdo con la legislación vigente. - Se confecciona un archivo documental, registrando entradas y salidas, aplicando criterios de organización de la información.

- Se identifica el calendario fiscal y los impuestos que afectan a la actividad y a la renta.

- Se elaboran en el formato adecuado los pedidos, albaranes y facturas, realizando los cálculos oportunos.

- Se identifica la legislación mercantil que regula los documentos de pago.

- Se cumplimentan los documentos mercantiles de pago con los datos exactos y aplicando la legislación vigente.
- Se comprueba que los datos que contienen las nóminas y los documentos de cotización a la Seguridad Social son correctos.
- Se identifica en tiempo y forma las obligaciones legales laborales:
 - Altas y bajas laborales.
 - Nóminas.
 - Seguros Sociales.
- Se identifica la legislación que regula los requisitos que deben cumplir la documentación e impresos en las operaciones comerciales.
- Se identifica la documentación y datos necesarios para la realización en tiempo y forma de liquidaciones de impuestos exigidos legalmente.
- Se realizan correctamente liquidaciones sencillas de impuestos, aplicando la legislación vigente.
- Se establecen con las entidades de crédito las condiciones adecuadas que regulan la utilización de medios de pago electrónicos, domiciliación bancaria, líneas de crédito y descuento de efectos.

4.5 Negociar con los proveedores las condiciones de la compra más ventajosas posibles, utilizando las técnicas adecuadas. - Se identifica la normativa mercantil reguladora de contratos de compraventa.

- Se obtienen ofertas de distintos proveedores, a través del procedimiento adecuado para realizar un análisis detallado de las condiciones ofrecidas.
- Se identifican las condiciones óptimas de compra a partir de los objetivos previstos, valorando la oferta del proveedor y determinando los márgenes de negociación aceptables.
- Se realizan los cálculos necesarios para la obtención del precio que hay que negociar.
- En el proceso de negociación se adopta una postura flexible y con predisposición positiva a los acuerdos, teniendo en cuenta los objetivos previstos.
- En la concreción de las condiciones de compra se aplican las técnicas de negociación, teniendo en cuenta los márgenes establecidos.

4.6 Gestionar acciones publicitarias que apoyen los objetivos comerciales y optimicen el desarrollo en la actividad. - Se determina el objetivo de la acción publicitaria.

- Se obtiene información sobre las principales características (coste, alcance geográfico, audiencia y otras) de los soportes que hay que utilizar en cada medio publicitario.
- Se calcula el coste que supondría adoptar una forma publicitaria determinada (anuncios comerciales o de marca, publirreportajes, textos, luminosos, carteles, folletos, otros) en distintos tipos de soporte.
- Se realizan los trámites oportunos para la contratación de la acción publicitaria seleccionada.
- Se calcula la rentabilidad que ha supuesto la ejecución de la acción publicitaria aplicando métodos adecuados.

DOMINIO PROFESIONAL

Información, documentación (naturaleza, tipos y soportes): estudios de mercado. Catálogos, revistas especializadas. Anuarios económicos oficiales. Encuestas. Información sobre sectores. Legislación mercantil y laboral. Documentación administrativa. Impresos oficiales. Información sobre financiación ajena. Información sobre medios publicitarios.

Medios para el tratamiento de la información: equipos: ordenadores personales, puestos de red local y de teleproceso. Programas: entornos de usuario, hojas de cálculo, bases de datos, procesadores de texto, gestión administrativa y comercial.

Procesos, métodos y procedimientos: estudio de mercado. Contratación laboral. Constitución y puesta en marcha de empresas. Procesos administrativos. Procedimientos de negociación.

Principales resultados del trabajo: base documental con información acerca del mercado (sectores, productos y otra) y variables comerciales. Constitución y puesta en marcha de un pequeño establecimiento comercial. Documentación administrativa.

Compraventa de productos.

Personas y/u organizaciones destinatarias del servicio: proveedores. Clientes.

Gestorías. Entidades financieras. Organismos oficiales. Agencias comerciales.

2.2 Evolución de la competencia profesional.

2.2.1 Cambios en los factores tecnológicos, organizativos y económicos.

Los cambios producidos en la sociedad actual -composición de la población, entorno sociocultural, poder adquisitivo, etc.-, suponen variaciones en los hábitos de consumo y, por tanto, en el sector del comercio. Estos cambios se orientan hacia la disminución del número de pequeñas empresas comerciales, cuya posible pérdida de trabajadores se verá compensada por la creación de empleo en las grandes superficies y tiendas especializadas.

Adquiere cada vez mayor importancia el concepto de «compra total más ocio», que conlleva la integración del ocio en el comercio como un técnica de marketing para atraer a los consumidores. Este hecho requiere un proceso de adaptación del sector que, junto con la ampliación de horarios comerciales, son factores negativos para el pequeño comercio frente a las grandes superficies.

En relación con la incorporación de innovaciones tecnológicas destacan:

La expansión de los distintos códigos de barras para la codificación de productos.

El desarrollo del marketing telefónico.

La expansión del dinero de plástico y de la utilización de sistemas informáticos EDI (Intercambio Electrónico de Datos).

La profusión de los sistemas de lectura electrónica, entre los que destaca el escáner, entre los establecimientos de la rama de alimentación.

El incremento de la penetración de los terminales punto de venta, tanto en el comercio mayorista como en el minorista.

La aplicación de nuevos procedimientos de trabajo en los almacenes (empleo de robots para carga y descarga, empaquetado o precintado de cajas...), ha supuesto cambios en sus estructuras organizativas.

La racionalización de la estructura de costes favorece el florecimiento de agencias comerciales como intermediarios que prestan sus servicios de distribución y comercialización de productos o servicios.

2.2.2 Cambios en las actividades profesionales.

La mayor fuerza que adquieren las áreas de venta llevará a:

Un incremento en la demanda de determinadas profesiones del campo del escaparatismo, dando lugar a la aparición de empresas especializadas en la oferta de estos servicios para compañías comerciales.

Una mayor valoración de las actividades de atención al cliente.

Que los vendedores al detalle serán requeridos por las tiendas especializadas y por las grandes superficies, de forma que dicha evolución no se realizará a costa del comercio tradicional, sino adicionalmente al mismo.

2.2.3 Cambios en la formación.

El empleo de nuevas tecnologías en el sector comercio, tales como el EDI, dinero de plástico, escáner, terminales punto de venta, etc., suponen cambios en los mecanismos tradicionales utilizados en la actividad comercial y exigen, por tanto, la reconversión formativa.

La aparición de nuevos procedimientos y métodos de almacenaje y la utilización de sistemas avanzados en el funcionamiento y gestión de almacenes, justifica la formación en métodos de organización y sistemas avanzados de manipulación de existencias en el caso de las grandes superficies.

La influencia que está teniendo el comportamiento del consumidor en el punto de venta, origina la necesidad cada vez mayor del estudio de la psicología del consumidor que orientará las acciones de diseño de escaparates, carteles, colocación de productos, etc., en definitiva, un incremento creciente de la formación en técnicas de «merchandising», cuya aplicación facilite o incite la decisión de compra.

El pequeño comerciante, una de las figuras más características del sector, se encuentra en proceso de transformación hacia una mayor cualificación, demandando, además de un mayor conocimiento de todo el proceso comercial y de los productos, formación en aspectos financieros, organizativos y de imagen.

Las áreas de informática e idiomas se justifican por su carácter instrumental básico y por las particulares relaciones comerciales y gran importancia del turismo en nuestro país.

2.3 Posición en el proceso productivo.

2.3.1 Entorno profesional y de trabajo.

Esta figura podrá ejercer su actividad en el sector de comercio en las áreas de comercialización y almacenaje.

En los pequeños establecimientos comerciales podrá ejercer su actividad por cuenta propia como comerciante que establece un negocio comercial de tipo familiar y con pocos empleados.

En establecimientos comerciales medianos o grandes trabajará por cuenta ajena en las diferentes secciones comerciales.

Los principales subsectores en los que puede desempeñar su actividad son: empresas industriales (departamento comercial, almacén), comercio al por mayor, comercio al por menor, comercio integrado, comercio asociado y agencias comerciales.

2.3.2 Entorno funcional y tecnológico.

Esta figura profesional se ubica fundamentalmente en las funciones de: almacenaje-distribución, ventas, atención al público y clientes, y animación del establecimiento comercial.

Las técnicas y conocimientos tecnológicos abarcan el campo de la venta, almacén y administración y están ligadas a:

Procesos de almacenaje de productos:

Métodos de organización y procedimiento de manipulación de existencias. Técnicas de control de las operaciones de almacenaje de productos.

Procesos de comercialización:

Técnicas de «merchandising», técnicas de venta, técnicas de comunicación, equipos para la gestión del cobro de operaciones de venta.

Procesos de gestión administrativa:

Tramitación de la documentación administrativa, elaboración de documentos (facturas, albaranes, cheques).

Conocimiento de: normativa de seguridad e higiene en el trabajo. Confección de inventarios. Valoración de existencias. Técnicas de venta. Técnicas administrativas-contables.

Ocupaciones, puestos de trabajo tipo más relevantes:

Con fines de orientación profesional se enumeran a continuación las ocupaciones y puestos de trabajo que podrían ser desempeñados adquiriendo la competencia profesional definida en el perfil del título:

Comerciante, empleado de reposición, dependiente en general y de oficio, encargado de tienda, vendedor técnico, representante comercial, jefe de caja, empleado de atención al cliente, almacenista, empleado de agencias comerciales.

3. Enseñanzas mínimas

3.1 Objetivos generales del ciclo formativo.

Aplicar procesos de organización de un almacén, identificando las operaciones fundamentales, procedimientos adecuados de trabajo, maquinaria y herramientas, interpretando y aplicando en la gestión de su funcionamiento la normativa de seguridad e higiene.

Aplicar las técnicas de «merchandising» en la realización de montaje de escaparates, cartelísticas, colocación de productos y otras actuaciones de animación del punto de venta, comprendiendo el efecto que producen en el consumidor dichas acciones, y utilizando con destreza los materiales y herramientas.

Utilizar técnicas de venta orientadas a los procesos de negociación y atención al cliente, identificando necesidades comerciales concretas, suministrando un trato amable y aplicando métodos psicológicos y operando con equipos adecuados a la operación que se va a realizar.

Realizar operaciones de cálculo mercantil necesarias para la confección, cumplimentación y registro de la información procedente de la gestión administrativo-comercial.

Desarrollar procesos básicos de gestión de un pequeño establecimiento comercial, confeccionando documentación administrativa-comercial derivada del desarrollo de la actividad, definiendo procedimientos de funcionamiento.

Interpretar y aplicar la terminología comercial utilizada en el sector, asociada a equipos y material, así como las actuaciones concretas que se realizan habitualmente.

Operar con programas informáticos en la realización de tareas de gestión administrativa de un pequeño establecimiento comercial, gestión del almacén y cartelística en el punto de venta.

Interpretar información comercial en una determinada lengua y expresarse de forma correcta en situaciones de comercio.

Utilizar técnicas de comunicación en las relaciones comerciales y en el entorno de trabajo para transmitir y/o recibir información y resolver situaciones conflictivas que pueden presentarse en el desarrollo de la actividad.

Interpretar el marco legal, económico y organizativo que regula y condiciona la actividad comercial, identificando los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales, adquiriendo la capacidad de seguir los procedimientos establecidos y de actuar con eficacia en las anomalías que pueden presentarse en los mismos.

Utilizar y buscar cauces de información y formación relacionadas con el ejercicio de la profesión que le permitan el conocimiento y la inserción en el comercio y la evolución y adaptación de sus capacidades profesionales a los cambios tecnológicos y organizativos del sector.

3.2 Módulos profesionales asociados a una unidad de competencia.

Módulo profesional 1: operaciones de almacenaje

Asociado a la unidad de competencia 1: organizar y controlar las operaciones de almacenaje de productos

Capacidades terminales Criterios de evaluación

1.1 Aplicar métodos de organización interna y procedimientos de manipulación de existencias en el almacén. - Describir las relaciones y flujos de información generados entre el almacén y los restantes departamentos de empresas tipo.

- Distinguir los diferentes tipos de existencias habituales en empresas de producción, comerciales y de servicios.
- Interpretar la normativa aplicable a la manipulación de productos tipo y deducir sus implicaciones en la organización del almacén.
- Describir las prestaciones y características técnicas básicas de los equipos de transporte interno y manipulación de mercancías más utilizados en operaciones de almacenaje.
- Relacionar los medios de manipulación con productos tipo, justificando dicha relación en función de las características físicas y técnicas de ambos.
- Analizar distintos tipos de organización del almacén y explicar ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos en función del tiempo de localización del producto, costes de almacenaje, movilidad en el almacén y características del producto.
- En un caso práctico en el que se proporcionan las características de un almacén, los recursos humanos y materiales disponibles y los tipos de productos almacenados en una operación de distribución interna, deducir:

La asignación de recursos humanos y materiales.

La organización espacial del almacén, determinando la ubicación de cada tipo de producto.

Itinerarios de traslado interno de los productos que optimicen los tiempos de almacenaje.

1.2 Aplicar métodos de control y valoración de existencias y procedimientos de elaboración de inventarios, de acuerdo con la legislación vigente. - Explicar los procedimientos administrativos relativos a la recepción, almacenamiento, distribución interna y expedición de existencias, precisando la función y los requisitos formales de los documentos generados.

- Precisar los conceptos de «stock» óptimo y mínimo, identificando las variables que intervienen en su cálculo.

- Precisar los conceptos de precio de adquisición y coste de producción y su función como normas contables de valoración de existencias.

- Analizar los distintos métodos de valoración de existencias y sus implicaciones en la estimación del valor de coste de los productos vendidos y de las existencias finales, precisando los que son aceptados por la normativa contable.

- Describir y caracterizar los diferentes tipos de inventarios y explicar la finalidad de cada uno de ellos.

- Explicar los criterios de clasificación de existencias más utilizados.

- En un supuesto práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre movimientos de existencias en un almacén simulado:

Especificar la información que deben incluir los albaranes y facturas correspondientes a las existencias recepcionadas.

Elaborar los albaranes y notas de entrega correspondientes a las existencias expedidas.

Registrar en fichas de almacén las existencias iniciales y las sucesivas recepciones y expediciones de productos.

Valorar las existencias aplicando distintos métodos de valoración aceptados por la normativa contable.

Comparar los resultados obtenidos de la aplicación de los distintos métodos de valoración.

Elaborar el inventario de existencias eligiendo el método más adecuado.

1.3 Relacionar los embalajes, etiquetas y medios de transporte con la tipología de los productos y destinos. - Interpretar la normativa que regula el embalaje y etiquetado de productos.

- Enumerar los distintos medios de transporte existentes y describir ventajas e inconvenientes.
- Describir las características de los tipos de embalajes más utilizados y relacionarlas con las características físicas y técnicas de productos tipo.
- Describir la información que recogen los tipos de etiquetado más utilizados y relacionarla con productos tipo.
- En casos prácticos en los que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre expedición de mercancías:
Identificar la normativa de embalaje y etiquetado aplicable en cada supuesto.
Identificar el embalaje más adecuado a las características de la mercancía y medio de transporte.
Precisar la ubicación de la etiqueta en la mercancía y la información que debe incluir.
Proponer la distribución de las mercancías en el medio de transporte en función de sus características físicas y de los puntos de destino.

1.4 Interpretar la normativa de seguridad e higiene aplicable en distintos tipos de almacenes y productos. - Describir las medidas generales de seguridad que debe reunir cualquier almacén de acuerdo con la normativa.

- Dados diferentes tipos de almacenes y productos, convenientemente caracterizados, describir la normativa aplicable en cada caso, a la conservación de productos, acondicionamiento del almacén y prevención de siniestros y accidentes.

1.5 Utilizar aplicaciones informáticas de gestión de almacén.

- Instalar las aplicaciones siguiendo las especificaciones establecidas. - Analizar las funciones y los procedimientos fundamentales de las aplicaciones instaladas.

- En un caso práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre el movimiento de existencias en un almacén simulado:

Definir los archivos de parámetros de la aplicación según los datos propuestos.

Realizar altas, bajas y modificaciones en los archivos de productos, proveedores y clientes.

Registrar las entradas y salidas de existencias, actualizando los archivos correspondientes.

Elaborar, archivar e imprimir las fichas de almacén resultantes.

Elaborar, archivar e imprimir el inventario de existencias valorado.

CONTENIDOS BASICOS (duración 75 horas)

Almacenamiento y distribución interna de productos:

Sistemas de almacenaje: ventajas e inconvenientes.

Clasificación de los productos.

Procedimientos de manipulación de cargas o mercancías.

Cálculo de los costes de almacenaje y manipulación.

Necesidades de recursos y organización interna.

Diseño físico de distintos tipos de almacén.

Gestión de «stocks» e inventarios:

Criterios de clasificación de «stocks».

Análisis de la rotación de existencias.

Métodos de valoración de existencias.

Elaboración de fichas de almacén.

Inventarios.

Expedición de mercancías:

Medios de transporte.

El embalaje y etiquetado.

Proceso de preparación de un pedido.

Normativa de seguridad e higiene en el almacén:

Aplicación de las normas según el tipo de almacén y mercancías.

Normativa que regula la prevención de accidentes en el almacén.

Aplicaciones informáticas de gestión de almacenes.

Módulo profesional 2: animación del punto de venta

Asociado a la unidad de competencia 2: realizar las actividades de animación del punto de venta

Capacidades terminales Criterios de evaluación

2.1 Aplicar las técnicas de escaparatismo en función de unos objetivos técnicos, comerciales y estéticos previamente definidos. - Describir los elementos, materiales e instalaciones esenciales que componen un escaparate.

- Explicar los efectos psicológicos en el consumidor que producen las distintas técnicas de escaparatismo utilizadas.

- Explicar las funciones de las técnicas de escaparatismo respecto a la composición del escaparate y la potenciación de artículos.

- Describir los diferentes efectos visuales conseguidos con distintas combinaciones tipo de color y luz.

- Explicar los efectos que produce sobre el consumidor la aplicación de las distintas técnicas de escaparatismo.

- A partir del diseño de un escaparate definido:

Interpretar los objetivos que persigue.

Seleccionar los materiales.

Organizar la ejecución.

Realizar la composición y montaje, aplicando técnicas de escaparatismo.

- A partir de la caracterización de un establecimiento comercial, una clientela potencial y unos efectos deseados:

Determinar las técnicas de escaparatismo específicas para aplicar en el diseño del escaparate.

Definir los criterios de composición y montaje del escaparate.

Definir los criterios de selección de los materiales.

Diseñar el escaparate que se adapte a los objetivos definidos, aplicando los métodos de proyección adecuados y las técnicas precisas.

2.2 Aplicar técnicas de rotulación en la realización de distintos tipos de carteles para establecimientos comerciales, utilizando los materiales y equipos adecuados. -

Identificar y relacionar las diferentes familias de letras con los efectos que producen.

- Realizar distintos carteles a partir de la caracterización de un establecimiento y de los mensajes que se quieren transmitir, aplicando las técnicas de rotulación y combinando diferentes materiales que consigan la armonización entre forma, textura y color.

- Utilizar programas informáticos de edición en la confección de carteles a partir de la caracterización de un establecimiento y de los mensajes que se quieren transmitir.

2.3 Definir soluciones para calentar una «zona fría» de venta en distintos tipos de establecimientos comerciales. - Describir diferentes comportamientos y hábitos de consumidores tipo en el punto de venta.

- Explicar el concepto de «zona fría» y «zona caliente».

- Especificar los distintos métodos y procedimientos para calentar una «zona fría», señalando el efecto que cada uno de ellos produce en el consumidor.

- A partir de un supuesto práctico en el que se caracteriza convenientemente un establecimiento comercial:

Distinguir las «zonas frías» y «calientes» del mismo.

Proponer un método para calentar las «zonas frías» y explicar el efecto esperado.

2.4 Aplicar procedimientos de organización y preparación de lineales en función de criterios comerciales, optimización de espacios y complementariedad de productos.

- Explicar el efecto que producen en el consumidor los diferentes modos de ubicación de productos en lineales.
- Clasificar los productos en familias observando la normativa vigente.
- Identificar los parámetros físicos y comerciales que determinan la colocación de los productos en los distintos niveles, zonas del lineal y posición.
- En un caso práctico convenientemente caracterizado en el que se proporciona información sobre rotación de los productos en los lineales de un establecimiento comercial:

Estimar el momento oportuno en el que hay que realizar la reposición del producto en el lineal, evitando roturas de «stock».

- Dados unos determinados productos y un lineal:
Organizar la distribución y colocación de los productos en el mismo, aplicando técnicas de «merchandising».

CONTENIDOS BASICOS (duración 105 horas)

Organización del punto de venta:

Espacios en el punto de venta.

Recursos humanos y materiales en el punto de venta.

Comportamiento del cliente en el punto de venta.

Gestión del área expositiva:

Determinación del lineal mínimo.

Distribución de familias de artículos en el lineal.

Implantación vertical y horizontal de productos.

Escaparatismo:

Efectos psicológicos y sociológicos del escaparate en el consumidor.

Técnicas de escaparatismo.

Elementos y materiales de un escaparate.

Diseño de escaparates.

Organización de la ejecución de un escaparate definido.

Normativa de seguridad en el montaje de un escaparate.

Cartelística en el punto de venta:

Tipos de letras.

Técnicas de rotulación.

Principales tipos de carteles.

Aplicaciones informáticas gráficas y de autoedición.

Promoción en el punto de venta:

Puntos calientes y puntos fríos en el establecimiento comercial.

Métodos físicos y psicológicos para calentar los puntos fríos.

La publicidad en el lugar de venta (PLV).

Módulo profesional 3: operaciones de venta

Asociado a la unidad de competencia 3: realizar las operaciones de venta de productos y/o servicios

Capacidades terminales Criterios de evaluación

3.1 Analizar y aplicar las técnicas adecuadas en la venta de productos y servicios. -

Describir las fases fundamentales de un proceso de venta en situaciones tipo.

- Interpretar los parámetros que determinan la tipología del cliente.

- Precisar las variables que intervienen en la conducta del cliente, distinguiendo entre consumidores por impulso y compradores racionales.

- Describir la actitud y los espacios de comportamiento básicos que debe desarrollar un vendedor en las relaciones comerciales.

- Explicar las técnicas básicas de inicio de relaciones comerciales en función del tipo de cliente.

- Explicar las técnicas de venta básicas para captar la atención y despertar el interés en función del tipo de cliente.
 - Explicar las técnicas básicas de negociación de condiciones y de cierre de la venta en función del tipo de cliente.
 - Describir la influencia del conocimiento de las características del producto o servicio en distintos tipos de venta.
 - En la simulación de una entrevista con un cliente supuesto, y a partir de información convenientemente caracterizada:
 - Identificar la tipología del cliente y sus necesidades de compra, realizando las preguntas oportunas.
 - Describir con claridad las características del producto, destacando sus ventajas y su adecuación a las necesidades del cliente.
 - Mantener una actitud correcta que facilite la decisión de compra.
 - Rebatir adecuadamente las objeciones en función del tipo de cliente.
 - Utilizar las técnicas de venta adecuadas en cada fase de la entrevista.
 - Evaluar críticamente la actuación desarrollada.
- 3.2 Programar la actuación en la venta a partir de parámetros comerciales definidos.
- - Interpretar los parámetros básicos que intervienen en un plan de ventas.
- Identificar la información relevante sobre la cartera de clientes para la programación de la actuación de venta.
 - Describir las fases básicas en la programación de actuaciones de venta.
 - Describir las características de un argumentario de venta, precisando su función.
 - A partir de información convenientemente caracterizada sobre objetivos de venta, cartera de clientes y características de la empresa y del producto, realizar una programación de la acción de venta que incluya:
 - Número y frecuencia de visitas.
 - Rutas que optimicen el tiempo y coste.
 - Líneas y márgenes de actuación para la consecución de los objetivos.
- Argumentario de venta.
- 3.3 Aplicar métodos comerciales de atención al cliente en procesos de venta definidos.
- - A partir de un producto determinado y una imagen definida, seleccionar y realizar el empaquetado y embalado adecuados a las características físicas del producto y a la imagen que se quiere transmitir.
- Definir los parámetros que caracterizan la atención adecuada a un cliente.
 - Describir los métodos más utilizados habitualmente en el control de calidad del servicio post-venta.
 - Explicar el significado e importancia del servicio post-venta en los procesos comerciales.
 - Definir las técnicas más utilizadas de comunicación aplicables en situaciones de atención al público y en la mediación de reclamaciones.
 - Clasificar y caracterizar las distintas etapas de un proceso comunicativo contextualizándolas en situaciones de atención al cliente.
 - A partir de la simulación de una situación de atención a un cliente:
 - Identificar los elementos de la comunicación y analizar el comportamiento del cliente.
 - Adaptar su actitud y su discurso a la situación de la que se parte.
 - Controlar la claridad y la precisión en la transmisión de la información.
 - A partir de un supuesto de solicitud de información a un determinado organismo o departamento:
 - Elaborar el escrito que observe el tratamiento adecuado al organismo y que esté redactado claramente y de forma concisa en función de su finalidad.
 - En una supuesta conversación telefónica con un cliente:

Identificarse e identificar al interlocutor observando las debidas normas de protocolo. Adaptar su actitud y conversación a la situación de la que se parte.

Favorecer la comunicación con el empleo de las técnicas y actitudes apropiadas al desarrollo de la comunicación.

- Dado un tema concreto para exponer:

Expresarlo de forma oral delante de un grupo o en una relación de comunicación en la que intervienen dos interlocutores.

3.4 Confeccionar los documentos básicos derivados de la actuación en la venta, aplicando la normativa vigente y de acuerdo con objetivos definidos. - Identificar e interpretar la normativa mercantil aplicable a los contratos de compraventa.

- A partir de unas condiciones pactadas en la venta de un producto o servicio, confeccionar el contrato de venta que formalice la ejecución de la operación de acuerdo con la normativa aplicable.

- Dada la caracterización de un producto o servicio, un objetivo comercial y unas condiciones de venta base prefijadas por la dirección:

Elaborar la oferta que se presentará a un cliente.

- Dados unos datos históricos que caracterizan clientes y actuaciones de venta definidas:

Confeccionar estadísticas que agrupen los datos en un documento que suponga fácil interpretación y consulta.

3.5 Realizar los cálculos derivados de operaciones de venta definidas, aplicando las fórmulas comerciales adecuadas. - Definir la fórmula de interés simple, descuento comercial y racional.

- Definir el concepto de divisa y el concepto de cambio.

- Describir las variables que intervienen en la formación del precio de venta.

- En un supuesto práctico en el que se caracteriza una venta, con aplazamiento de pago y condiciones especiales en el proceso pactado:

Calcular el precio final de la operación, aplicando la fórmula adecuada.

Interpretar el resultado.

- Dados unos datos sobre la cotización de una moneda extranjera en el mercado de divisas:

Calcular el valor equivalente en moneda nacional.

- En un supuesto práctico que cuantifica los diferentes tipos de coste que han intervenido en la obtención de un producto, porcentaje de margen comercial previsto, porcentaje de descuento posible en función de las condiciones de pago y tasas que gravan la operación, calcular:

Precio de venta total.

Descuentos en función de las distintas opciones de pago descritas.

- En un supuesto práctico en el que se proporciona información convenientemente caracterizada sobre operaciones económicas y financieras en un establecimiento comercial simulado:

Calcular el precio de venta aplicando el margen comercial propuesto.

Calcular el importe de las ventas propuestas, aplicando los descuentos, bonificaciones y el IVA que corresponda.

Calcular los intereses generados del aplazamiento del cobro de las ventas realizadas.

Calcular los descuentos y comisiones correspondientes a la negociación propuesta de efectos comerciales.

3.6 Manejar el terminal punto de venta (TPV) y medios de pago electrónicos de manera que se registren cobros y pagos simulados de una determinada actividad comercial.

- Enumerar y explicar los diferentes tipos de codificación comercial.

- Enumerar y explicar las funciones del teclado de TPV.

- Simular los distintos tipos de cobros y pagos de mercancías que se pueden realizar en un día en un supuesto establecimiento comercial, utilizando correctamente un TPV dado y medios de pago electrónicos.

- Citar y describir las innovaciones tecnológicas asociadas a un TPV y medios de pago electrónicos que existan en la actividad comercial actual y explicar el proceso que se debe seguir en su utilización.

CONTENIDOS BASICOS (duración: 105 horas)

Aspectos básicos de la venta:

Las necesidades y los gustos del cliente.

Variables que condicionan o determinan los intereses de consumo del cliente.

La motivación, frustración y los mecanismos de defensa.

La teoría de Maslow.

El vendedor:

Cualidades que debe reunir un buen vendedor.

Aptitudes para la venta y su desarrollo.

Las relaciones con los clientes.

Características esenciales de los productos y/o servicios que debe conocer un vendedor.

La comunicación:

Etapas del proceso de comunicación.

Comunicación escrita.

Normas de comunicación y expresión escrita.

Modelos de comunicación.

Comunicación oral.

Técnicas de recepción y transmisión de mensajes orales.

Medios y equipos de comunicación y transmisión oral de información.

Evolución de los sistemas de comunicación.

Técnicas de venta:

Fases de la venta.

Planificación de la negociación.

Prácticas de venta adecuadas al tipo de cliente.

Técnica para rebatir objeciones.

El cierre de la venta.

Elaboración del contrato de compraventa:

Clausulado.

Normativa que regula los contratos de compraventa.

Confección del documento.

Presentación y demostración de un producto y/o servicio:

Puntos que se deben destacar en la presentación o demostración.

Proceso y métodos de empaquetado.

Técnicas de aplicación.

La organización de la venta:

Estructura/organiograma del departamento de ventas.

Planificación de las visitas de venta.

Tratamiento de la información comercial derivada.

Aplicación del cálculo comercial en la venta:

Interés simple.

Cálculo de precios.

Cambio extranjero.

Terminal de punto de venta (TPV):

Medios de pago electrónico. La transferencia electrónica de fondos.

Código EAN y/o código de barras.

Concepto y tipos de terminales más usuales.

Uso y manejo de las cajas registradoras y el TPV.

Módulo profesional 4: administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial

Asociado a la unidad de competencia 4: administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial

Capacidades terminales Criterios de evaluación

4.1 Aplicar los procedimientos adecuados para la obtención de la información relevante en el estudio de la implantación de un pequeño establecimiento comercial. -

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.

- Enumerar los organismos públicos y privados de apoyo al desarrollo de la actividad de establecimientos comerciales, identificando su función específica.

- Explicar el concepto de fuente primaria, secundaria directa e indirecta y definir procedimientos para obtener información de las mismas.

- A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se precisa una determinada información para la prospección de un mercado concreto:

Identificar las fuentes de información secundarias y los procedimientos de acceso a las mismas.

Seleccionar la fuente de información secundaria que puede proporcionar el valor más fiable de las variables definidas.

Confeccionar un formato para la recogida de datos que se adapte a las necesidades de información.

- A partir de unos datos convenientemente caracterizados relativos a magnitudes económicas y comerciales de un determinado sector:

Aplicar los estadísticos que suministren información sobre la situación en cada mercado.

Interpretar y analizar estadísticamente los resultados obtenidos, deduciendo conclusiones.

Aplicar los programas informáticos adecuados.

- Dado un segmento de mercado claramente caracterizado y un objetivo comercial:

Definir la muestra representativa del segmento de mercado definido.

Diseñar una encuesta con la que se recojan datos fundamentales para el estudio.

Utilizar aplicaciones informáticas adecuadas.

4.2 Analizar los procedimientos para la constitución y puesta en marcha de un pequeño establecimiento comercial, de acuerdo con la legislación vigente. - Distinguir las

diferentes formas jurídicas de empresa, identificando en cada caso el grado de responsabilidad y los requisitos legales mínimos para su constitución.

- Describir los trámites exigidos por la legislación vigente para la constitución y establecimiento de una empresa, especificando los documentos requeridos, los organismos en los que se tramitan y la forma y el plazo requeridos.

- Interpretar la legislación específica que regula la actividad de pequeños establecimientos comerciales en determinados sectores.

- A partir de un supuesto práctico de constitución y puesta en marcha de un pequeño establecimiento comercial convenientemente caracterizado:

Identificar e interpretar la legislación vigente aplicable al supuesto definido.

Identificar los organismos oficiales que tramitan la documentación exigida.

Cumplimentar correctamente la documentación requerida y describir el proceso de tramitación de la misma.

4.3 Analizar los elementos patrimoniales necesarios para el desarrollo de la actividad de un pequeño establecimiento comercial. - Precisar las diferencias entre inversión, gasto y pago y entre ingreso y cobro.

- Definir los conceptos de activo, pasivo exigible y neto, precisando su relación fundamental.

- Identificar las necesidades fundamentales de inversión en inmovilizado en pequeños establecimientos comerciales tipo.

- Deducir ventajas e inconvenientes de la autofinanciación en un pequeño establecimiento comercial.

- Identificar las fuentes y formas más habituales de financiación ajena para el desarrollo de la actividad de un pequeño establecimiento comercial.

- Interpretar la información que suministran los ratios económico-financieros más utilizados en la valoración de la situación patrimonial de pequeños establecimientos comerciales.

- Explicar el ciclo de negocio básico de un pequeño establecimiento comercial, estableciendo la relación adecuada entre los flujos de compras, ventas, pagos y cobros.

- A partir de los ratios financieros convenientemente caracterizados más relevantes de un determinado sector en pequeños establecimientos comerciales:

Deducir la composición y proporción idónea de los elementos patrimoniales en este tipo de establecimientos comerciales.

4.4 Interpretar la legislación laboral vigente y convenios colectivos de determinados sectores de la actividad de comercio, definiendo las implicaciones en la gestión de las relaciones laborales. - Describir las características básicas de los distintos tipos de contratos laborales, identificando sus requisitos, duración, jornada, trámites de formalización y subvenciones y exenciones, en su caso.

- Precisar las variables laborales que regula el convenio colectivo del sector.

- Definir las obligaciones laborales de un empresario autónomo, identificando documentación y trámites exigidos, procedimientos y plazos establecidos.

- Explicar y/o identificar los trámites, documentos y plazos relativos a:

La inscripción de la empresa en la Seguridad Social.

Afiliación de trabajadores a la Seguridad Social, alta, baja y variación de datos.

Declaración-liquidación de aportaciones de la empresa y trabajadores a la Seguridad Social.

- Definir los conceptos salariales básicos que componen una nómina tipo.

- Explicar y/o identificar los trámites, documentos y plazos relativos a la declaración-liquidación de las retenciones realizadas a los trabajadores a cuenta del IRPF.

4.5 Analizar los procedimientos administrativos básicos relativos a la gestión de un establecimiento comercial e interpretar y/o elaborar la documentación generada. -

Identificar y caracterizar los documentos mercantiles básicos generados en la actividad comercial de un pequeño establecimiento comercial, distinguiendo su función y los requisitos legales que deben reunir.

- Identificar los requisitos legales básicos de los contratos de compraventa y de alquiler de bienes inmuebles.

- Describir las fases del proceso contable de la información económico-financiera.

- Describir los parámetros relevantes que deben considerarse en la selección de ofertas de proveedores y que son susceptibles de negociación.

- Interpretar y describir las normas de valoración fundamentales definidas por el Plan General de Contabilidad para:

El inmovilizado.

Las existencias.

Las compras y gastos.

Las ventas e ingresos.

- Interpretar y describir la información fundamental que proporciona el balance de situación y la cuenta de resultados.

- A partir de operaciones de compraventa convenientemente caracterizadas, elaborar correctamente:

Las notas de pedido.

Los albaranes y facturas.

Las letras de cambio.

Los recibos.

Los cheques, utilizando los modelos documentales adecuados.

- A partir de un supuesto práctico convenientemente caracterizado de liquidación de una cuenta corriente o de ahorro, realizar correctamente los cálculos, aplicando un método utilizado habitualmente en la práctica bancaria.

- Explicar el procedimiento que se sigue en la liquidación de cuentas corrientes y de ahorro, la gestión de cobro y descuento de efectos comerciales, la concesión y amortización de préstamos y de líneas de crédito bancario.

4.6 Estimar las obligaciones fiscales derivadas del funcionamiento de un pequeño establecimiento comercial, de acuerdo con la normativa vigente. - Describir las características de los impuestos indirectos que afectan al tráfico de la empresa y los directos sobre beneficios.

- Precisar el calendario fiscal correspondiente a las empresas individuales y colectivas.

- Explicar los regímenes fiscales del IVA y los sujetos pasivos a los que se les aplica.

- Describir los procedimientos de declaración-liquidación del:

IAE.

IVA.

IRPF.

Impuesto sobre Sociedades correspondiente a una pequeña empresa.

- Describir el tipo de responsabilidad en que se incurre por incumplimiento de las obligaciones fiscales.

CONTENIDOS BASICOS (duración: 75 horas)

La empresa y su entorno:

Concepto jurídico-económico de empresa.

Definición de la actividad.

Estructura organizativa y funcional.

Localización, ubicación y dimensión legal de la empresa.

Regulación aplicable en materia de comercio interior y consumo.

Instituciones competentes en comercio interior.

Estructuras de distribución comercial:

Comercio interior y estructuras comerciales.

Asociaciones e integración.

Nuevo desarrollo de la distribución.

La investigación de mercados en la implantación de pequeños establecimientos comerciales:

Objetivos de la investigación.

Fases del estudio de mercado.

Técnicas de investigación.

Aplicación de la estadística en la investigación de mercados.

Creación y legalización de pequeños establecimientos comerciales:

Formas jurídicas de las empresas.
Gestión de la constitución y puesta en marcha. Trámites oficiales y documentación.
Elementos patrimoniales.
Recursos humanos y materiales.
Regulación de las relaciones laborales:
Convenio del sector.
Diferentes tipos de contratos laborales.
Nómina.
Seguros Sociales.
Gestión administrativa:
Documentación administrativa.
Contabilidad y libros contables.
Servicios bancarios para la pequeña empresa.
Compraventa y alquiler de bienes inmuebles.
Obligaciones fiscales:
Calendario fiscal.
Impuestos más importantes que afectan a la actividad de la empresa.
Liquidación de IVA e IRPF.
Gestión financiera de una empresa:
Fuentes de financiación.
Las entidades de crédito y sus operaciones. Negociación de efectos. Factura de negociación. Cuentas corrientes.
Interés compuesto. Valores finales y valores actuales. Tipos nominales y tipos efectivos.
Préstamos bancarios a corto y largo plazo.
El «leasing». El «factoring».
Ayudas y subvenciones a la pequeña empresa.
Ratios económico-financieros del sector.
3.3 Módulos profesionales transversales.

Módulo profesional 5 (transversal): aplicaciones informáticas de propósito general

Capacidades terminales Criterios de evaluación

5.1 Interpretar las funciones básicas de los elementos lógicos y físicos que componen un sistema informático. - Explicar las funciones básicas de la unidad central de proceso y de los equipos periféricos, relacionándolas con las fases comunes de un proceso de datos.

- Distinguir las funciones básicas de la memoria interna, precisando la incidencia de su capacidad de almacenamiento en las prestaciones del sistema informático.
- Clasificar los equipos periféricos utilizados habitualmente según su función en el proceso de datos.
- Distinguir las características básicas de los distintos soportes de archivo utilizados habitualmente en el segmento de ordenadores personales.
- Describir las características generales de algunos modelos tipo en el mercado de ordenadores personales.
- Precisar el concepto de «byte» y definir sus múltiplos.
- Definir el concepto de programa.
- Precisar los conceptos de registro y archivo informático.
- Explicar el concepto de aplicación informática y enumerar las aplicaciones tipo en la gestión empresarial.
- A partir de un caso práctico sobre un sistema informático del que se dispone de un «software» instalado y de su documentación básica, identificar:

El «hardware» del sistema.

El sistema operativo y sus características.

La configuración del sistema.

Las aplicaciones instaladas.

Los soportes de información utilizados por el sistema.

5.2 Aplicar, como usuario, las utilidades, funciones y procedimientos de un sistema operativo monousuario. - Explicar la estructura, funciones y características básicas de un sistema operativo monousuario.

- Instalar un sistema operativo monousuario.

- Precisar el concepto de comando, distinguiendo entre comandos internos y externos.

- Poner en funcionamiento el equipo informático y verificar los distintos pasos que tienen lugar, identificando las funciones de carga del sistema operativo.

- A partir de supuestos prácticos: manejar las utilidades, funciones y procedimientos del sistema operativo, justificando la sintaxis o, en su caso, el protocolo de operación.

- Crear ficheros que manejen órdenes del sistema operativo.

5.3 Aplicar los comandos o instrucciones necesarios para la realización de operaciones básicas con un sistema conectado en red de área local. - Describir las funciones básicas del servidor de red.

- Explicar la sintaxis relativa a los comandos e instrucciones básicas del sistema operativo de red.

- En un caso práctico, realizar, a través del sistema operativo de red, operaciones de copia, actualización y transmisión de la información almacenada previamente en el disco duro del servidor.

5.4 Manejar como usuario un procesador de texto, una hoja de cálculo y una base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada. - Distinguir, identificar y explicar la función de las aplicaciones: procesador de texto, hoja de cálculo y base de datos.

- Instalar adecuadamente las aplicaciones informáticas.

- Acceder a las aplicaciones de tratamiento de textos, hojas de cálculo y base de datos, a través de procedimientos definidos.

- A partir de supuestos prácticos:

Manejar el procesador de texto, utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para la edición, recuperación, modificación, almacenamiento, integración... de textos.

Manejar hojas de cálculo, utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el tratamiento de datos.

Manejar bases de datos, utilizando las funciones, procedimientos y utilidades elementales para el almacenamiento de datos.

Intercambiar datos o información entre aplicaciones de tratamiento de texto, hoja de cálculo y bases de datos.

Elaborar, copiar, transcribir y cumplimentar información y documentación.

Realizar copias de seguridad de los paquetes de aplicación y de la información manejada.

- Justificar la necesidad de conocer y utilizar periódicamente mecanismos o procedimientos de salvaguarda y protección de la información.

- A partir de casos prácticos.

Interpretar los procedimientos de seguridad, protección e integridad establecidos en el sistema.

Aplicar los procedimientos anteriores desde el sistema operativo, desde el «hardware» y/o desde una aplicación.

Detectar fallos en los procedimientos de seguridad y protección establecidos y utilizados.

Argumentar y proponer soluciones.

CONTENIDOS BASICOS (duración 75 horas)

Introducción a la informática:

Procesos de datos e informática.

Elementos de «hardware».

Equipos periféricos.

Representación interna de datos.

Elementos de «software».

Sistemas operativos:

Funciones básicas de un sistema operativo.

Sistemas operativos monousuario y multiusuario.

Utilización de sistemas operativos monousuarios.

Entorno de usuario.

Redes locales:

Tipos básicos de redes de área local.

Componentes físicos de redes locales.

Sistema operativo de redes locales.

Procesadores de texto:

Diseño de documentos.

Edición de textos.

Gestión de archivos.

Impresión de textos.

Hojas de cálculo:

Diseño de hoja de cálculo.

Edición de hojas de cálculo.

Gestión de archivos.

Impresión de hojas de cálculo.

Bases de datos:

Tipos de bases de datos.

Diseño de bases de datos.

Utilización de bases de datos.

Aplicaciones gráficas y de autoedición:

Tipos de gráficos soportados.

Diseño de gráficos.

Presentación de gráficos.

Integración de gráficos en documentos.

Paquetes integrados:

Modalidad de paquetes integrados.

Procedimientos de importación-exportación.

Módulo profesional 6 (transversal): lengua extranjera o de la Comunidad Autónoma (*)

Capacidades terminales Criterios de evaluación

6.1 Obtener información global, específica y profesional en situación de comunicación tanto presencial como no presencial, en la lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma. - Después de escuchar y/o visualizar una grabación de corta duración en lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma:

Captar el significado del mensaje.

Responder a una lista de preguntas cerradas.

Reconocer las técnicas profesionales que aparecen en la grabación.

- A partir de un impreso informativo en lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma:

Identificar el mensaje principal/real.

Detectar la terminología del mensaje informativo.

Destacar los elementos gramaticales característicos.

- Después de escuchar atentamente una conversación breve en la lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma:

Captar el contenido global.

Distinguir el objetivo de la conversación.

Especificar el registro lingüístico utilizado por los interlocutores.

6.2 Producir mensajes orales en lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma, tanto de carácter general como sobre aspectos del sector, en un lenguaje adaptado a cada situación. - Dada una supuesta situación de comunicación a través del teléfono en lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma:

Contestar identificando al interlocutor.

Averiguar el motivo de la llamada.

Anotar los datos concretos para poder transmitir la comunicación a quien corresponda.

Dar respuesta a una pregunta de fácil solución.

- Pedir información telefónica de acuerdo con una instrucción recibida previamente, formulando las preguntas oportunas de forma sencilla y tomando nota de los datos pertinentes.

- Simulando una conversación en una visita o entrevista:

Presentar y presentarse de acuerdo con las normas de protocolo.

Mantener una conversación utilizando las fórmulas y nexos de comunicación estratégicos (pedir aclaraciones, solicitar información, pedir a alguien que repita).

6.3 Traducir textos sencillos relacionados con la actividad profesional, utilizando adecuadamente los libros de consulta y diccionarios técnicos. - Traducir un manual de instrucciones básicas de uso corriente en el sector profesional, con la ayuda de un diccionario técnico.

- Traducir un texto sencillo relacionado con el sector profesional.

6.4 Elaborar y cumplimentar documentos básicos en lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma correspondiente al sector profesional, partiendo de datos generales y/o específicos. - Dada una información general, cumplimentar y/o completar un texto (contrato, formulario, documento bancario, factura, recibo, solicitud, etcétera).

- A partir de un documento escrito, oral o visual:

Extraer las informaciones globales y específicas para elaborar un esquema.

Resumir en la lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma el contenido del documento, utilizando frases de estructura sencilla.

- Dadas unas instrucciones concretas en una situación profesional simulada:

Escribir un fax, télex, telegrama...

Redactar una carta transmitiendo un mensaje sencillo.

Elaborar un breve informe en lengua extranjera o en la de la Comunidad Autónoma.

6.5 Valorar y aplicar las actitudes y comportamientos profesionales del país de la lengua extranjera o de la Comunidad Autónoma, en una situación de comunicación.

- A partir de la visualización, audición o lectura de un documento auténtico, señalar y diferenciar las características profesionales propias del país de la lengua extranjera o de la Comunidad Autónoma.

- Supuesto un viaje al país de la lengua extranjera, o una visita a una empresa del sector dentro de la Comunidad Autónoma, responder a un cuestionario propuesto,

seleccionando las opciones correspondientes a posibles comportamientos relacionados con una situación profesional concreta.

(*) Según los requerimientos del entorno de comercial.

CONTENIDOS BASICOS (duración 65 horas)

Uso de la lengua oral:

Participación en conversaciones relativas a situaciones cotidianas y a situaciones de aprendizaje profesional:

Glosario de términos socioprofesionales.

Aspectos formales (actitud adecuada al interlocutor de lengua extranjera).

Aspectos funcionales (participación en diálogos dentro de un contexto).

Utilización de expresiones de uso frecuente e idiomáticas en el ámbito profesional y fórmulas básicas de interacción socioprofessional.

Desarrollo de capacidad de comunicación utilizando las estrategias que estén a su alcance para familiarizarse con otras formas de pensar y ordenar la realidad con cierto rigor en la interpretación y producción de textos orales.

Uso de la lengua escrita:

Comprensión y producción de documentos sencillos (visuales, orales y escritos) relacionados con situaciones de la vida cotidiana, introduciendo la dimensión profesional:

Utilización del léxico básico, general y profesional, apoyándose en el uso de un diccionario.

Selección y aplicación de estructuras típicas y fundamentales formales en los textos escritos (estructura de la oración, tiempos verbales, nexos).

Aspectos socioprofesionales:

Análisis de los comportamientos propios del país de la lengua extranjera o de la Comunidad Autónoma en las posibles situaciones de la vida cotidiana profesional.

3.4 Módulo profesional de formación en centro de trabajo.

Capacidades terminales Criterios de evaluación

Supervisar las operaciones de recepción y almacenaje de productos, verificando la conformidad con las condiciones contratadas del pedido y aplicando los procedimientos establecidos y la normativa de seguridad e higiene. - Comparar el albarán que acompaña al producto con la factura correspondiente y comprobar los precios, unidades, descuentos, impuestos y cálculos.

- En su caso, detectar defectos en cantidades, fecha de caducidad, daños y pérdidas.

- En su caso, obtener las características técnicas del producto a través del departamento técnico.

- Observar la aplicación de la normativa de seguridad e higiene en las operaciones de manipulación y distribución de la mercancía en el almacén.

- Verificar que el acondicionamiento de la mercancía se realiza con el embalaje y la etiqueta correspondiente en la preparación de pedidos.

- Comprobar que la distribución de la mercancía en almacén se realiza de acuerdo con sus características y criterio de organización establecido y permite la movilidad de los medios utilizados.

- En su caso, establecer un itinerario que optimice los tiempos en las operaciones de almacenaje y facilita la movilidad en la manipulación del producto.

Realizar acciones de venta y cobro aplicando las técnicas adecuadas, medios disponibles en el establecimiento y especificaciones recibidas. - Identificar el tipo de cliente, de acuerdo con características observables para aplicar la técnica de venta adecuada.

- Identificar las necesidades del cliente para determinar los productos o servicios que pueden satisfacerlas.

- Informar y asesorar al cliente del producto solicitado, con claridad y exactitud, suministrando la información de manera ordenada y oportuna, y preparando, si es necesario, una demostración práctica de usos y manejo.

- Cuidar el aspecto personal, de acuerdo con la imagen de la empresa y expresarse de forma correcta y amable, para promover buenas relaciones futuras.

- En las situaciones de reclamación de clientes:

Identificar la naturaleza de la queja o incidencia, cumplimentando, si es necesario, la documentación que se requiere, según el procedimiento establecido e informando al cliente del proceso que debe seguir.

Mantener en todo momento una actitud correcta y positiva.

- Cuando sea necesario, realizar el empaquetado, asegurando la protección física, teniendo en cuenta la estética y estilo, y transmitiendo la imagen del establecimiento.

- En las operaciones de cobro:

Realizar correctamente los cálculos necesarios.

Entregar el cambio correcto, proporcionando el documento acreditativo de la venta.

Mantener la caja en las condiciones adecuadas de utilización y manejo.

Utilizar con destreza y fiabilidad los equipos y terminales de caja.

Mantener actualizados los códigos de precios, aplicando los criterios establecidos.

Verificar la correcta cumplimentación de cheques, de acuerdo con la legislación vigente, y realizar las comprobaciones que validan las tarjetas de crédito.

Realizar la operación con amabilidad, corrección y claridad.

Realizar el arqueo y cierre de caja, detectando posibles desviaciones.

Elaborar la documentación generada en el almacén y en la actividad comercial de la empresa, utilizando los programas informáticos de gestión, si procede, y aplicando los procedimientos establecidos. - Realizar y mantener actualizados los inventarios y fichas de almacén, de acuerdo con los criterios de valoración establecidos.

- Realizar las gestiones asignadas de forma autónoma en la actividad comercial desarrollada, tales como:

Recepción, codificación, archivo y verificación de facturas, recibos, propuestas de pedido, albaranes, letras de cambio y cheques, de acuerdo con la organización estructurada por la empresa.

Elaboración de facturas, recibos, albaranes, notas de pedido y letras de cambio, consultando en los archivos o bases de datos correspondientes y utilizando los medios disponibles en la empresa («software» de gestión, fax, télex, etcétera).

Realización de la liquidación (mensual o trimestral) del IVA, manejando la información contable necesaria, contrastándola con la documentación inherente y cumplimentando los impresos oficiales.

Aplicar los sistemas de seguridad y protección de información y documentación establecidos en la empresa en cuanto a acceso, consulta, prioridad, confidencialidad.

Montar el escaparate previamente definido de acuerdo con las características del establecimiento, con la imagen que se quiere transmitir y respetando las normas específicas de seguridad. - Identificar la imagen que se quiere transmitir y los parámetros que determinan el escaparate definido.

- Aplicar las técnicas de color y escaparatismo adecuadas al objetivo definido.

- Programar la ejecución del montaje, determinando los materiales y tiempo de realización.

- Mezclar, manipular y transformar los materiales con habilidad, teniendo en cuenta técnicas de color, características físicas de los productos y materiales y la normativa de seguridad para conseguir el efecto deseado.

- Aplicar adecuadamente la normativa de seguridad en el montaje del escaparate.

- Proponer materiales adecuados y modificaciones que mejoren la composición del escaparate.

- Identificar el público-objetivo al que va a ir dirigido el escaparate.

Calentar las zonas frías del establecimiento aplicando técnicas de «merchandising» y procedimientos determinados. - Elaborar y colocar indicadores visuales y carteles del establecimiento, aplicando las técnicas de rotulación y composición.

- Colocar los diferentes productos en el mobiliario, teniendo en cuenta el número de caras para que sea perfectamente visible por el cliente desde diferentes ángulos.

- Marcar, de acuerdo con los procedimientos fijados, sentidos de circulación del establecimiento, utilizando técnicas y principios de «merchandising».

- Situar islas en el recorrido del cliente para atraer su atención.

- Realizar los carteles promocionales, expresando con claridad y exactitud las secciones y productos en promoción y aplicando las técnicas precisas.

Cumplir cualquier actividad o tarea asignada y relacionada con el trabajo que realiza, con responsabilidad profesional, demostrando una actitud de superación y respeto.

- En todo momento mostrar una actitud de respeto a los procedimientos y normas de la empresa.

- Incorporarse puntualmente al puesto de trabajo, disfrutando de los descansos permitidos y no abandonando el centro de trabajo antes de lo establecido sin motivos debidamente justificados.

- Interpretar y ejecutar con diligencia las instrucciones recibidas y responsabilizarse del trabajo asignado, comunicándose eficazmente con la persona adecuada en cada momento.

- Mantener relaciones fluidas y correctas con los miembros del centro de trabajo.

- Coordinar su actividad con el resto del personal para estimar procedimientos y distribución de tareas, informando de cualquier cambio, necesidad relevante o contingencia no prevista.

- Estimar las repercusiones de su actividad en los procesos comerciales de la empresa y en la imagen que ésta proyecta.

- Cumplir responsablemente con las normas, procesos y procedimientos establecidos ante cualquier actividad o tarea, objetivos, tiempos de realización y niveles jerárquicos existentes en la empresa.

Duración: 240 horas.

3.5 Módulo profesional de formación y orientación laboral.

Capacidades terminales Criterios de evaluación

Detectar las situaciones de riesgo más habituales en el ámbito laboral que puedan afectar a su salud y aplicar las medidas de protección y prevención correspondientes.

..... - Identificar, en situaciones de trabajo tipo, los factores de riesgo existentes.

- Describir los daños a la salud en función de los factores de riesgo que los generan.

- Identificar las medidas de protección y prevención en función de la situación de riesgo.

Aplicar las medidas sanitarias básicas inmediatas en el lugar del accidente en

situaciones simuladas. - Identificar la prioridad de intervención en el supuesto de varios lesionados o de múltiples lesionados, conforme al criterio de mayor riesgo vital intrínseco de lesiones.

- Identificar la secuencia de medidas que deben ser aplicadas en función de las lesiones existentes.

- Realizar la ejecución de las técnicas sanitarias (RCP, inmovilización, traslado), aplicando los protocolos establecidos.

Diferenciar las formas y procedimientos de inserción en la realidad laboral como trabajador por cuenta ajena o por cuenta propia. - Identificar las distintas

modalidades de contratación laboral existentes en su sector productivo que permite la legislación vigente.

- Describir el proceso que hay que seguir y elaborar la documentación necesaria para la obtención de un empleo, partiendo de una oferta de trabajo de acuerdo con su perfil profesional.

- Identificar y cumplimentar correctamente los documentos necesarios, de acuerdo con la legislación vigente para constituirse en trabajador por cuenta propia.

Orientarse en el mercado de trabajo, identificando sus propias capacidades e intereses y el itinerario profesional más idóneo. - Identificar y evaluar las capacidades, actitudes y conocimientos propios con valor profesionalizador.

- Definir los intereses individuales y sus motivaciones, evitando, en su caso, los condicionamientos por razón de sexo o de otra índole.

- Identificar la oferta formativa y la demanda laboral referida a sus intereses.

Interpretar el marco legal del trabajo y distinguir los derechos y obligaciones que se derivan de las relaciones laborales. - Emplear las fuentes básicas de información del derecho laboral (Constitución, Estatuto de los Trabajadores, Directivas de la Unión Europea, convenio colectivo) distinguiendo los Derechos y las obligaciones que le incumben.

- Interpretar los diversos conceptos que intervienen en una «liquidación de haberes».

- En un supuesto de negociación colectiva tipo:

Describir el proceso de negociación.

Identificar las variables (salariales, seguridad e higiene, productividad, tecnológicas) objeto de negociación.

Describir las posibles consecuencias y medidas, resultado de la negociación.

- Identificar las prestaciones y obligaciones relativas a la Seguridad Social.

CONTENIDOS BASICOS (duración 30 horas)

Salud laboral:

Condiciones de trabajo y seguridad.

Factores de riesgo: medidas de prevención y protección.

Primeros auxilios.

Legislación y relaciones laborales:

Derecho laboral: nacional y comunitario.

Seguridad Social y otras prestaciones.

Negociación colectiva.

Orientación e inserción sociolaboral:

El proceso de búsqueda de empleo.

Iniciativas para el trabajo por cuenta propia.

Análisis y evaluación del propio potencial profesional y de los intereses personales.

Itinerarios formativos/profesionalizadores.

4. Profesorado

4.1 Especialidades del profesorado con atribución docente en los módulos profesionales del ciclo formativo de Técnico en Comercio.

Módulo profesional Especialidad del profesorado Cuerpo

1. Operaciones de almacenaje. Procesos Comerciales. Profesor Técnico de FP

2. Animación del punto de venta. Procesos Comerciales. Profesor Técnico de FP

3. Operaciones de venta. Organización y Gestión Comercial. Profesor de Enseñanza Secundaria.

4. Gestión de un pequeño establecimiento comercial. Organización y Gestión Comercial. Profesor de Enseñanza Secundaria.

5. Aplicaciones informáticas de propósito general. Procesos Comerciales.
Profesor Técnico de FP.

6. Lengua extranjera o de la Comunidad Autónoma. (1) Profesor de Enseñanza Secundaria.

7. Formación y Orientación Laboral. Formación y Orientación Laboral. Profesor de Enseñanza Secundaria.

(1) Alemán, Francés, Inglés, Italiano, Portugués, Catalán, Gallego o Vasco, en función del idioma elegido.

4.2 Materias del bachillerato que pueden ser impartidas por el Profesorado de las especialidades definidas en el presente Real Decreto.

Materias Especialidad del profesorado Cuerpo
Economía. Organización y Gestión Comercial. Profesor de Enseñanza Secundaria.

Economía y organización de empresa. Organización y Gestión Comercial.
Profesor de Enseñanza Secundaria.

4.3 Equivalencias de titulaciones a efectos de docencia.

4.3.1 Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Organización y Gestión Comercial.

Se establece la equivalencia, a efectos de docencia, de los títulos de:

Diplomado en Ciencias Empresariales

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

4.3.2 Para la impartición de los módulos profesionales correspondientes a la especialidad de:

Formación y Orientación Laboral.

Se establece la equivalencia, a efectos de docencia, del/los título/s de:

Diplomado en Ciencias Empresariales.

Diplomado en Relaciones Laborales.

Diplomado en Trabajo Social.

Diplomado en Educación Social.

con los de Doctor, Ingeniero, Arquitecto o Licenciado.

5. Requisitos mínimos de espacios e instalaciones para impartir estas enseñanzas

De conformidad con el artículo 34 del Real Decreto 1004/1991, de 14 de junio, el ciclo formativo de formación profesional de grado medio: Comercio, requiere, para la impartición de las enseñanzas definidas en el presente Real Decreto los siguientes espacios mínimos que incluyen los establecidos en el artículo 32.1, a), del citado Real Decreto 1004/1991, de 14 de junio.

Espacio formativo Superficie-m² Grado de utilización- Porcentaje

Aula de Gestión Comercial 90 35

Aula de Audiovisuales 60 15

Aula-Taller de Comercio 90 30

Aula-Polivalente 60 20

El grado de utilización expresa en tanto por ciento la ocupación en horas del espacio prevista para la impartición de las enseñanzas mínimas, por un grupo de alumnos, respecto de la duración total de estas enseñanzas y, por tanto, tiene sentido orientativo para el que definan las administraciones educativas al establecer el currículo.

En el margen permitido por el «grado de utilización» los espacios formativos establecidos pueden ser ocupados por otros grupos de alumnos que cursen el mismo u otros ciclos formativos, u otras etapas educativas.

En todo caso, las actividades de aprendizaje asociadas a los espacios formativos (con la ocupación expresada por el grado de utilización) podrán realizarse en superficies utilizadas también para otras actividades formativas afines.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

6. Acceso al bachillerato, convalidaciones y correspondencias

6.1 Modalidades del bachillerato a las que da acceso.

Humanidades y Ciencias Sociales.

Ciencias de la Naturaleza y de la Salud.

6.2 Módulos profesionales que pueden ser objeto de convalidación con la formación profesional ocupacional.

Operaciones de almacenaje.

Animación del punto de venta.

Operaciones de venta.

Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial.

Aplicaciones informáticas de propósito general.

6.3 Módulos profesionales que pueden ser objeto de correspondencia con la práctica laboral.

Operaciones de almacenaje.

Animación del punto de venta.

Operaciones de venta.

Administración y gestión de un pequeño establecimiento comercial.

Aplicaciones informáticas de propósito general.

Formación en centro de trabajo.

Formación y orientación laboral.