



MINISTERIO
DE TRABAJO
Y ASUNTOS SOCIALES

INSTITUTO NACIONAL
DE EMPLEO

PROGRAMA DE CURSO DE FORMACIÓN PROFESIONAL OCUPACIONAL

Gerente de Pequeño Comercio

DATOS GENERALES DEL CURSO

1. **Familia Profesional:** COMERCIO
- Área Profesional:** VENTAS
2. **Denominación del curso:** GERENTE PEQUEÑO COMERCIO
3. **Código:** CCDG10
4. **Curso:** OCUPACIÓN

5. **Objetivo general:**

Establecer la orientación estratégica de la empresa, planificar su actividad y efectuar el seguimiento de la misma, mediante el adecuado registro y gestión de información administrativo-contable. Dirigir y supervisar las tareas de venta, animación y aprovisionamiento del punto de venta mediante la adecuada coordinación y control del equipo humano, de acuerdo a los criterios y políticas correspondiente previamente establecidos.

6. **Requisitos del profesorado:**

6.1. Nivel académico:

Titulación universitaria o, en su defecto, capacitación profesional equivalente en la ocupación relacionada con el curso.

6.2. Experiencia profesional:

Tres años de experiencia en la ocupación o puestos directivos de empresas comerciales.

6.3. Nivel pedagógico:

Formación metodológica o experiencia docente.

7. **Requisitos de acceso del alumno:**

7.1. Nivel académico o de conocimientos generales:

- BUP/COU
- Bachiller Superior
- FP II ó nivel académico - conocimientos generales- equivalente.

7.2. Nivel profesional o técnico:

No se requiere experiencia profesional.

7.3. Condiciones físicas:

Ausencia de limitaciones físicas que impidan el desarrollo normal de la actividad profesional objeto del curso.

8. Número de alumnos:

15 alumnos.

9. Relación secuencial de bloques de módulos formativos:

- Cultura y orientación estratégica de la Empresa Comercial.
- Técnicas de aprovisionamiento.
- Comunicación y comportamiento del consumidor.
- Técnicas de ventas.
- Técnicas de animación del punto de venta.
- Gestión de recursos humanos.
- Comportamientos ligados a la Seguridad e Higiene.
- Introducción a la informática y al uso y manejo de aplicaciones comerciales.
- Informatización del comercio.

10. Duración:

Prácticas	435
Conocimientos profesionales	240
Evaluaciones	45
Total.....	720 horas

11. Instalaciones:

11.1. Aula de clases teóricas:

- Aula equipada con mobiliario docente para 15 plazas de adultos y para el profesor, además de los elementos auxiliares necesarios.
- Superficie de 2 metros cuadrados por alumno.

11.2. Instalaciones para prácticas:

- Superficie: 50 m²
- Iluminación: Natural, 4 renovaciones hora.
- Acometida eléctrica: toma de corriente 220 V. a 12 Kw.
- El acondicionamiento eléctrico deberá cumplir las normas de baja tensión y estará preparado de forma que permita la realización de las prácticas.
- Condiciones ambientales: 18º a 21º centígrados.

11.3. Otras Instalaciones:

Los Centros deberán reunir las condiciones higiénicas, acústicas, de habitabilidad y de seguridad, exigidas por la legislación vigente y disponer de licencia municipal de apertura como centro de formación.

11. Equipo y material:

12.1. Equipo:

- 1 Equipo de vídeo completo.
- 1 Cámara de vídeo.
- 1 Magnetófono con micro.

- 1 Pizarra de 2 x 1.
- 1 Proyector de diapositivas.
- 1 Papelógrafo electrónico trípode de rotulación.
- 1 Retroproyector de transparencias.
- 1 Pantalla de proyección.
- 1 Mostrador.
- Estanterías para productos.
- Cestas para productos.
- 2 lineales.
- 1 Máquina registradora.
- 1 Escaparate desmontable.
- 1 Lector óptico o scanner.
- 1 Telefax.
- 1 Sistema de seguridad electrónica EAS.
- 1 Terminal de tarjetas de crédito.
- 1 Ordenador impresora por cada dos alumnos.

12.2. Herramientas y utillaje:

- Calculadoras.
- Catálogos.
- Listados/ficheros de clientes y proveedores.
- Albaranes.
- Talonario de facturas.
- Lista de precios y ofertas.
- Estadísticas de venta.
- Listados de existencias.
- Documentos de pedidos a proveedores.
- Documentos de devolución.
- Documentos de planificación de horarios y turnos.
- Documentos de control de asistencias, horas trabajadas, horas extras.
- Documentación administrativa-contable (libros de contabilidad, facturas, letras de cambio, cheques, albaranes, notas de pedido).
- Documentación fiscal.
- Documentación laboral.
- Documentos internos.
- Revistas especializadas

12.3. Material de consumo:

Todo el material de oficina necesario para el correcto desempeño de la ocupación. En la medida que realice tareas propias de otras ocupaciones (dependiente, cajero, encargado de tienda, etc.) el material que se utilice en ellas.

12.4. Material Didáctico:

A los alumnos se les proporcionará los medios didácticos y el material escolar, imprescindibles, para el desarrollo del curso.

12.5. Elementos de protección:

En el desarrollo de las prácticas se utilizarán los medios necesarios de seguridad o higiene en el trabajo y se observarán las normas legales al respecto.

13. Inclusión de nuevas tecnologías:

- Telefax
- Teleproceso
- T.P.V.
- Lectores ópticos

El curso recoge las nuevas tecnologías que existen en el mercado, por estar actualizado.

A pesar de ello, siempre se tendrán en cuenta las nuevas tecnologías que vayan apareciendo.

DATOS ESPECÍFICOS DEL CURSO

14. Denominación del módulo:

CULTURA Y ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA COMERCIAL.

15. Objetivo del módulo:

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

16. Duración del módulo:

250 horas.

17. Contenidos formativos del módulo:

A) Prácticas

- Aspectos Operativos de la Estructura de la Distribución Comercial.
 - Para una determinada forma distributiva, citar empresas concretas que se ajusten a la misma.
 - Para una determinada forma de explotación, citar empresas concretas que se ajusten a la misma.
 - A partir del caso de una empresa concreta conocida, plantear y discutir posibles circuitos de distribución en relación a la misma.
- Aspectos Operativos de la Empresa Comercial y la Ocupación.
 - A partir de un caso dado convenientemente caracterizado:
 - Diseñar el organigrama de la empresa.
 - Situar su ocupación en el organigrama.
 - Definir los grandes bloques de tareas de su ocupación.
 - Analizar y valorar posibles trayectorias profesionales de su ocupación en la empresa.
 - Para la ocupación objeto del curso, citar las formas distributivas -tipo de establecimiento- en los que aparece.
 - Dada una determinada zona urbana:
 - Identificar establecimientos comerciales independientes.
 - Identificar establecimientos comerciales asociados.
 - Identificar establecimientos comerciales integrados.
 - Analizar posibles diferencias de unos y otros en relación a los circuitos de aprovisionamiento/distribución.
 - Discutir sobre las evoluciones al respecto.
 - Dados dos establecimientos próximos, dedicados a la comercialización de la misma línea de productos -teóricamente competidores- pero posicionados de forma diferenciada en el mercado:
 - Diferenciar su área de venta/influencia.
 - Señalar los rasgos más característicos de la clientela y hábitos.
 - Analizar el posicionamiento estratégico de cada uno de ellos comparando:
 - Su surtido: composición y calidad
 - Su política de precios
 - Su forma de venta
 - Sus servicios ofertados
 - Imagen y ambiente del establecimiento

- Dado un texto legal de reglamentación sobre horarios discutir y analizar la normativa.
- Dado un texto legal de reglamentación sobre precios discutir y analizar la normativa.
- Aspectos Operativos del Tratamiento Contable de las Operaciones Corrientes de Explotación.
 - Dado un Balance de Situación:
 - Identificar las grandes partidas del activo y pasivo.
 - Determinar el fondo de maniobra.
 - Valorar la liquidez.
 - A partir de un conjunto de cuentas y su valoración:
 - Identificar las partidas a incorporar en la Cuenta de Resultados.
 - Elaborar la Cuenta de Resultados.
- Aspectos Operativos Analítico-Contables.
 - A partir de una relación exhaustiva de costes de un establecimiento y las ventas en detalle:
 - Diferenciar costes fijos y variables.
 - Calcular márgenes por líneas de productos y producto.
 - Calcular el umbral de rentabilidad.
- Aspectos Operativos de Tesorería.
 - A partir de una situación de liquidez dada y unas previsiones de ventas y gastos de un establecimiento convenientemente caracterizado:
 - Establecer un presupuesto de tesorería.
 - Identificar las necesidades de financiación y su temporalización.
 - Plantear y argumentar alternativas.
 - Enumerar los impuestos que afectan a un establecimiento comercial o comerciante:
 - Gravando la actividad.
 - Gravando la renta/beneficio.
 - Para un establecimiento comercial determinado:
 - Identificar el régimen o regímenes de IVA aplicables.
 - Señalar las informaciones y documentación necesaria para efectuar la declaración.
 - A partir de informaciones simuladas efectuar los cálculos pertinentes.
 - Cumplimentar la documentación de la declaración.
 - A partir de un caso convenientemente caracterizado en relación a la declaración del IRPF:
 - Identificar los métodos de determinación de rendimientos.
 - Efectuar los cálculos correspondientes a los distintos métodos.
 - Para uno de ellos, formalizar la declaración completa y cumplimentar los formularios.
 - Diferenciar los registros fiscales exigidos a empresarios y profesionales en el IRPF:
 - En estimación directa.
 - Estimación objetiva por coeficientes.
 - Para una sociedad mercantil determinada y a partir de diferentes informaciones suministradas:
 - Seleccionar los impresos necesarios para realizar la declaración.
 - Seleccionar las informaciones contables del impuesto de sociedades.
 - Efectuar los cálculos y operaciones necesarias.
 - Cumplimentar el formulario.
 - Efectuar un planning/calendario fiscal en el que aparezcan los pagos fraccionados y períodos de liquidación en relación al IVA, IRPF e impuesto de sociedades.

B) Contenidos teóricos

- Estructura de la distribución comercial.
 - Funciones.
 - Circuitos de Distribución:
 - Productor/Mayorista/Minorista.
 - Minorista/consumidor.
 - Formas de distribución:
 - Mayoristas: Mayoristas tradicionales, "cash and carry", etc.
 - Minoristas: Establecimiento Tradicional; pequeñas superficies en autoservicio (autoservicios); medias y grandes superficies en autoservicio (supermercados, hipermercados); grandes almacenes.
 - Formas de Explotación:
 - Pequeñas empresas familiares.
 - Pequeñas y medianas empresas con asalariados.
 - Cooperativas de consumo.
 - Cadenas sucursalistas.
 - Franquicias.
- La empresa comercial y la ocupación.
 - Las funciones de la empresa comercial: Compras, Almacenaje, Ventas, Dirección y Gestión, Marketing y Merchandising.
 - Imagen de la Empresa.
 - Relaciones funcionales (interdepartamentales):
 - Organigramas.
 - Tareas/funciones.
 - Relaciones interdepartamentales.
 - Ocupaciones "próximas" profesionalmente.
 - La ocupación y el sector comercial:
 - Formas distributivas en las que aparece la ocupación.
 - Formas de explotación y tamaños en los que aparece la ocupación.
 - Importancia cuantitativa de la ocupación en las empresas.
- Entorno de la Empresa.
 - El contexto de la actividad económica general: Indicadores de la economía nacional.
 - Cifras claves: indicadores económicos, comparaciones internacionales.
 - Puntos de referencia sobre la situación económica: expansión/recesión, inflación/desinflación, paro/pleno empleo.
 - El contexto de la actividad comercial: Estructura de la Distribución.
 - Funciones.
 - Circuitos de Distribución.
 - Función de los intermediarios.
 - Evolución y formas de comercio.
 - Comercio independiente.
 - Comercio asociado.
 - Comercio integrado.
 - Urbanismo Comercial.
 - Perspectivas de evolución.
 - Evolución de la distribución: motivos económicos, jurídicos y socio-culturales.
 - Tendencias de concentración.

- El Mercado.
 - Clientela y competidores:
 - Aspectos cuantitativos y cualitativos del mercado.
 - Fuentes de información internas y externas.
 - Técnicas de estudio de mercado: encuestas, estudios de motivación, paneles.
 - El área de venta/influencia:
 - Definición.
 - Potencial económico de la zona: población actual, potencial de gastos (ingresos medios, nivel de vida, etc.)
 - Evaluación de la competencia: reparto cuantitativo, geográfico, orientaciones comerciales.
 - Concepto de evasión.
 - Influencia del establecimiento.
 - La clientela actual y potencial:
 - Tipologías de clientes.
 - Hábitos y motivaciones de compra.
 - Comportamientos de compra.
 - Segmentación.
- Posicionamiento.
 - El surtido:
 - Composición.
 - Caracterización: amplio, profundo, estructurado.
 - La política de precios:
 - Objetivos.
 - Modalidades.
 - Fijación del precio de venta
 - Porcentaje sobre el precio de compra.
 - Impuesto sobre el valor añadido, coeficiente multiplicador.
 - Impuestos específicos sobre ciertos bienes o servicios.
 - Cálculo del precio de venta mediante la aplicación de un coeficiente multiplicador (incluyendo IVA y margen).
 - Descuentos.
 - Niveles de precios.
 - Determinación del precio teniendo en cuenta la competencia y la aceptación por parte del cliente.
 - Forma y técnicas de venta:
 - Venta de contacto.
 - Venta impersonal.
 - Venta en tienda.
 - Venta a distancia.
 - Venta en autoservicio.
 - Servicios ofertados:
 - Horario de apertura.
 - Servicios complementarios.
 - Condiciones de entrega, de crédito.
 - Asistencia Técnica.
 - Estilo de comunicación e imagen del punto de venta:
 - Logotipo.

- Ambiente.
- Comunicación publicitaria y promocional.
- Criterios para la elección del posicionamiento del punto de venta:
 - La competencia.
 - La clientela.
 - Las orientaciones comerciales.
- Marco Jurídico de los Intercambios Comerciales:
 - Reglamentación comercial:
 - En materia de horarios.
 - En materia de precio: fijación y exhibición.
 - En materia de rebajas.
 - En materia de promoción.
 - En materia de devoluciones.
 - Reglamentación Comunitaria.
- Tratamiento Contable de las Operaciones Corrientes de Explotación.
 - Principios contables:
 - Partida doble.
 - Plan General de Contabilidad.
 - Clasificación de las Cuentas.
 - Documentos contables de síntesis:
 - Balance de situación.
 - Principales componentes del Activo.
 - Principales componentes del Pasivo.
 - Cuenta de resultados.
 - Organización del trabajo contable:
 - Libros utilizados.
 - Exigencias formales.
 - Preparación del trabajo contable:
 - Análisis de los elementos contables.
 - Imputación.
 - Codificación y elaboración de información.
 - Recogida de información contable manual y/o informatizada.
 - Controles.
 - Operaciones tratadas:
 - Compras de mercancías, suministros, inmovilizado.
 - Ventas de mercancías y servicios.
 - Cobros-Pagos.
 - Otras operaciones:
 - Amortizaciones.
 - Provisiones.
 - Variaciones de stocks.
 - Ciclos contables.
- Referencias analítico-contables.
 - Clasificación de costes:
 - Fijos y variables.
 - Directos e indirectos.

- Cálculo de costes variables y márgenes sobre los mismos.
- Umbral de rentabilidad.
- Tesorería.
 - Componentes:
 - Necesidades de tesorería.
 - Cuentas financieras.
 - Flujos de entrada y salida.
 - Seguimiento de tesorería:
 - Situación de tesorería.
 - Concepto de excedente e insuficiencia.
 - Cuadro de seguimiento, datos reales y provisionales.
 - Pagos y cobros en metálico, cheques, letras y efectos comerciales.
 - Seguimiento de las cuentas:
 - Control de cuentas de clientes y proveedores.
 - Cuentas bancarias.
 - Estrategias de tesorería.
 - Créditos bancarios a corto plazo.
 - Créditos de proveedores.
 - Control y seguimiento de clientes.
 - Inversiones a corto plazo.
 - Criterios de selección.
 - Soluciones comerciales creadoras de flujos de tesorería.
- El sistema fiscal:
 - Tipos de impuestos.
 - Las grandes líneas de imposición.
 - Personas físicas y personas jurídicas.
- Impuestos que gravan la actividad:
 - El impuesto de actividades económicas -I.A.E.-
 - Carácter Municipal.
 - La actividad como referencia: Ubicación y prestación del servicio.
 - Cálculo de la cuota: Cuota de tarifa y Superficie de locales.
 - Modelos documentales de alta; lugar de presentación.
 - El impuesto sobre el valor añadido -I.V.A.-
 - Naturaleza del impuesto.
 - Sujeto pasivo. Base imponible. El tipo.
 - Liquidación: IVA repercutido e IVA soportado; plazos: modelos documentales.
 - Regímenes especiales.
 - Régimen del comercio minorista: Recargo de equivalencia y determinación proporcional de la base imponible.
- Impuestos que gravan la renta/beneficio:
 - El impuesto sobre la renta de las personas físicas -I.R.P.F.-
 - Componentes de la renta.
 - Rendimiento de actividades empresariales y profesionales: Formas de determinar los rendimientos.
 - Directa.
 - Estimación Objetiva: por coeficiente; por índices, signos o módulos.
 - Calendario: Pagos Fraccionados.
 - Modelos documentales.

- El impuesto de sociedades:
 - Componentes de la renta.
 - Determinación de la renta: ingresos computables; Gastos deducibles; Tipo impositivo.
 - Liquidación del impuesto: Deducciones.
 - Período de liquidación. Pagos a cuenta.
 - Modelos documentales.
- Marco jurídico laboral:
 - El Marco de las relaciones laborales: Estatuto de los trabajadores. Ordenanzas laborales. Convenios colectivos.
 - Tipología de contratos.
 - La Seguridad Social: Funciones, Obligaciones, Prestaciones.
 - Trámites y requisitos para el desarrollo de una actividad profesional por cuenta propia:
 - Seguridad Social.
 - Aspectos Fiscales.
 - Requisitos contables y formalidades.
- Gestión de la Calidad:
 - Planificación estratégica de Calidad.
 - Procedimientos de Control.
 - Responsables del Control de Calidad.
 - Enfoques participativos a la responsabilidad sobre la Calidad.
 - Principios de participación. Teorías X Y Z.
 - Círculos de Calidad.
 - Tecnología de la Ingeniería para el control de los procesos.
 - Auditoría de calidad.
 - El control estadístico.
 - Control Presupuestario.
 - Análisis del Coste de la Calidad Total.
 - Normalización, Homologación y Certificación del producto.
 - El Plan de Control de Calidad.

C) Contenidos relacionados con la profesionalidad

- Ser capaz de ubicar la ocupación en el sector comercial y definir las empresas en las que aparece.
- Espíritu crítico y objetividad en la valoración de las propias capacidades en relación a una ocupación.
- Ser capaz de definir y clasificar la voluntad e interés profesional propio.
- Iniciativa para poner en marcha una búsqueda de empleo activa.
- Ser capaz de valorizar los puntos fuertes y capacidades ante los empleados.
- Decisión y perseverancia en el proceso de búsqueda de empleo.
- Resistencia al desánimo ante respuestas negativas.
- Espíritu observador y analítico en relación al entorno comercial y los comportamientos de la competencia y de la clientela.
- Objetividad y realismo en los análisis y planteamientos comerciales.
- Disposición a la toma de decisiones en situación de incertidumbre.
- Espíritu crítico y reflexivo en relación a la bondad de las decisiones y orientaciones adoptadas.
- Tendencia e inquietud por la adaptación y búsqueda permanente de estrategias óptimas.
- Ser capaz de percibir tanto global como diferenciadamente el conjunto de elementos que configuran el posicionamiento estratégico.
- Gusto por la reflexión y planteamientos que superen la inmediatez del corto plazo.

- Toma de conciencia de la importancia de la gestión contable como herramienta para la dirección/gestión del negocio y no sólo como exigencia legal.
- Sentido analítico/interpretativo con los resultados e informaciones obtenidas.
- Ser riguroso y preciso en el análisis e interpretación de las informaciones.
- Ser metódico y ordenado en la manipulación y trabajo contable.
- Respeto y sensibilidad ante las obligaciones formales y la aplicación estricta y ortodoxa de los criterios contables.
- Toma de conciencia del carácter social y cívico de las obligaciones fiscales.
- Percepción de la fiscalidad como un elemento propio -no añadido- al análisis y gestión de la actividad profesional/económica.
- Sentido analítico y valorativo ante diferentes alternativas fiscales a optimizar.
- Ser metódico y ordenado en la gestión y/o ejecución de los trabajos y trámites formales que generan la fiscalidad.
- Ser riguroso y preciso en la aplicación de los criterios fiscales de forma ortodoxa y ajustada a la legalidad.

14. Denominación del módulo:

TÉCNICA DE APROVISIONAMIENTO

15. Objetivo del módulo:

Definir el marco estratégico de aprovisionamiento de la empresa y llevar a cabo las operaciones concretas de compra y almacenaje de forma que se optimicen los intereses de la empresa.

16. Duración del módulo:

130 horas.

17. Contenidos formativos del módulo:

A) Prácticas

- Identificar los flujos de información necesarios entre el almacén y otros departamentos de la empresa cara a la organización interna del almacén.
- Para una recepción de mercancías dada:
 - Efectuar los controles administrativos y físicos pertinentes para verificar la conformidad de la entrada.
 - Determinar posibles anomalías.
 - Proceder a la devolución de las mercancías no aceptadas, cumplimentando la notificación de devolución.
- A partir de un supuesto práctico de almacén y su actividad:
 - Determinar una distribución interna del almacén en zonas y productos.
 - Definir el flujo y movilidad de productos óptimos -itinerarios de traslado interno óptimos-.
 - Describir las características y prestaciones de los equipos de transporte y manipulación de mercancías.
 - Identificar medios humanos y técnicos necesarios.
 - Detallar medidas de seguridad e higiene aplicables.
- Describir la normativa de seguridad e higiene aplicable en distintos almacenes y productos.
- Identificar los criterios de ordenación y ubicación de los productos en un almacén dado.
- Para diferentes expediciones a realizar -mercancías, destinos y plazos-:
 - Seleccionar los medios de transporte más apropiados y describir sus ventajas e inconvenientes.
- En un supuesto práctico:
 - Describir la normativa de embalaje y etiquetado aplicable.
 - Definir el modo de embalaje adecuado.
 - Definir la ubicación e información del etiquetado.
 - Definir el medio de transporte adecuado.
- Codificar y etiquetar productos; elaborar documentación de acompañamiento.
- Elaborar un planning de expedición:
 - Definir el circuito de preparación de pedidos y supervisar el proceso.
 - Organizar la zona de preparación de pedidos.
 - Efectuar las verificaciones físicas y administrativas.
 - Estimar recursos humanos y medios técnicos de carga.
 - Supervisar y coordinar las operaciones de carga y acondicionamiento de la mercancía.

- Para un conjunto de operaciones de recepción y expedición, y utilizando en su caso, herramientas informáticas adecuadas:
 - Registrar las entradas de existencias actualizando los archivos y/o fichas de almacén correspondientes.
 - Registrar las salidas de existencias actualizando los archivos y/o fichas de almacén correspondientes.
 - Elaborar, imprimir y archivar las fichas de almacén resultantes.
 - Valorar las existencias aplicando distintos métodos de valoración.
- A partir de un supuesto práctico sobre movimientos de existencias en el almacén calcular:
 - Lote económico y el punto de pedido del producto.
 - Stock de seguridad.
 - Nivel óptimo del pedido.
 - Stock medio, máximo y mínimo.
- A partir de un supuesto, determinar los totales de un inventario y presentar los resultados según un criterio de elaboración de inventario.
- Realizar un pedido determinando los artículos y cantidades del mismo en función de:
 - Cantidades máximas y mínimas de stock fijadas.
 - Rotación de los productos.
 - Niveles de salida anteriores.
- Analizar los efectos de un retraso en el plazo de recepción de los productos en relación a las previsiones de existencias, suministros a clientes y costes; proponer y argumentar medidas correctoras a tomar.
- Describir las diferencias previsibles que trae para un establecimiento aprovisionarse a través de un mayorista tradicional o a través de una agrupación de compras.
- A partir de unas orientaciones comerciales dadas, y de informaciones cuantitativas sobre las previsiones de ventas y los stocks, elaborar un Plan de compras.
- Identificar y describir las diferentes etapas de un proceso de negociación de condiciones de una compra.
- A partir de un supuesto, establecer un plan de negociación:
 - Caracterizar al proveedor.
 - Seleccionar la técnica de negociación más adecuada.
 - Identificar los principales aspectos de la negociación.
 - Precisar el margen de maniobra y su coste.
 - Prever el posicionamiento del proveedor y preparar argumentos de respuesta.
 - Identificar y definir los límites de la negociación.
- Identificar los tipos de contratos mercantiles utilizados en la compra de productos/servicios.
- A partir de distintas informaciones sobre una operación de compra-venta, identificar las cláusulas básicas que contemplará el contrato.
- A partir de varias ofertas de proveedores:
 - Analizar y examinar las diferentes ofertas.
 - Elegir la oferta idónea.
 - Argumentar y/o explicar la elección realizada.
- Elaborar una solicitud de oferta a un proveedor.

B) Contenidos teóricos

- Recepción de mercancías y/o productos.
 - Función de la recepción.
 - Documentos e informaciones.
 - Organización material y administrativa.

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

- Solicitud de indemnización.
- Seguimiento de un dossier de litigio.
- Gestión de los stocks.
 - Función de stocks:
 - Concepto, origen y naturaleza.
 - Clasificación y tipología.
 - Niveles de stock: máximo, medio, mínimo, seguridad.
 - Análisis de stocks:
 - 20/80.
 - Curva ABC.
 - Índices de análisis: tasa de rotación, de ruptura, de cobertura.
 - Coste y valoración de stocks:
 - Costes de gestión, de adquisición, de mantenimiento, de ruptura, etc.
 - Sistemas de valoración: PMP, LIFO, FIFO y NIFO.
 - Actualización de stocks.
 - Depreciación de stocks.
 - Inventarios:
 - Finalidad.
 - Principios y métodos.
 - Clasificación y elaboración.
 - Inventario físico y contable.
 - Métodos de gestión de stocks:
 - Concepto de equilibrio de costes.
 - Cálculo de la cantidad más rentable económicamente.
 - Cálculo de la periodicidad más rentable.
 - Principio de los métodos a punto de pedido.
 - Stock de seguridad: justificación, cálculo, tasa de servicio.
 - Evolución de la gestión de stock:
 - Nuevas tecnologías.
 - Influencias del entorno financiero, comercial y de producción.
- Circuitos de aprovisionamiento:
 - Compra directa.
 - Mayoristas tradicionales.
 - "Cash and carry".
 - Agrupación de compras.
 - Representantes.
- Preparación de la compra.
 - Informaciones internas:
 - Plan de compras y presupuesto de compras.
 - Cantidad económica a pedir.
 - Necesidad de compra.
 - Informaciones externas:
 - Búsqueda de proveedores.
 - Cantidad económica a pedir.
 - Necesidad de compra.

- Selección de proveedores:
 - Ofertas de proveedores.
 - Comparaciones de ofertas: criterios de cálculo comercial: test, ensayos.
- Operación de compra:
 - Condiciones a negociar:
 - Precios.
 - Cantidades.
 - Descuentos.
 - Condiciones de envío y pago.
 - Operaciones promocionales.
 - Negociación de compra:
 - Prospección.
 - Preparación.
 - Etapas.
 - Consolidación.
 - Técnicas.
 - Decisión de compra: valor de la prestación global del proveedor.
 - Realización y transmisión del pedido.
- Relación comprador-proveedor: contrato de compra.
- Seguimiento de la compra.
 - El seguimiento de los plannings.
 - El respeto de las condiciones negociadas.
 - Las dificultades en relación al producto.

C) Contenidos relacionados con la profesionalidad

- Sensibilidad por el orden y sistematización de las actividades de almacenaje.
- Constancia en la observación, seguimiento y valoración de la situación física del almacenaje.
- Sentido de anticipación para prever necesidades y/o planificar intervenciones.
- Sentido del trabajo en equipo para garantizar la optimización de los recursos nuevos.
- Disposición para liderar un equipo ejerciendo labores de mando, organización y control.
- Valoración de la importancia económica, comercial y social de la correcta conservación y mantenimiento de la mercancía.
- Autonomía y sentido de la organización para gestionar un conjunto de recursos humanos y técnicos.
- Sensibilidad por el respeto a la normativa de seguridad e higiene.
- Valoración de las repercusiones empresariales de la ruptura de stocks.
- Valoración de la importancia económica de ajustar el stock.
- Sentido de la precisión en el cálculo y análisis de índices y ratios de stocks.
- Adaptación y respeto de las rutinas de registro puntual de los movimientos de mercancías.
- Rigor en los procesos de valoración económica de los stocks.
- Sentido analítico y valorativo en la interpretación de los ratios e índices de stocks.
- Toma de conciencia del carácter absolutamente clave de la "compra" en el proceso o cadena de valor del comercio: comprar bien para vender bien.
- Integrar y compensar aspectos y consideraciones diversas y no comparables como criterios de toma de decisión -plazos, precios, calidad, volumen de compra, apoyo a post-venta.
- Disposición a la negociación y actitud abierta e imaginativa como fórmula de obtención de condiciones de compra favorables.

- Ser capaz de discernir ante aspectos claves y secundarios para ajustar posiciones de firmeza y flexibilidad en la negociación.
- Sentido de anticipación y previsión en la elaboración de planes y presupuestos de compra.
- Sentido analítico de los comportamientos y resultados pasados para la obtención de criterios de previsión futura.

14. Denominación del módulo:

COMUNICACIÓN Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.

15. Objetivo del módulo:

Utilizar eficazmente las técnicas de comunicación y venta orientadas a los procesos de preparación de la venta.

16. Duración del módulo:

50 horas.

17. Contenidos formativos del módulo

A) Prácticas

- Aspectos Operativos de los Comportamientos de Compra y Venta.
 - En una situación dada:
 - Analizar el comportamiento del vendedor.
 - Autoanalizarse.
 - Adaptar su comportamiento a la situación.
 - Comunicar en una relación interpersonal.
 - Controlarse.
 - Identificar y caracterizar al comprador.
 - Relacionar la argumentación a poner en práctica y la actitud a adoptar con el tipo de cliente.
- Aspectos Operativos de la Comunicación.
 - A partir de una situación de comunicación dada:
 - Identificar los elementos de comunicación: objetivos, sujetos, contenidos.
 - Utilizar un sistema de análisis para evaluar un sistema de comunicación.
 - Adaptar su actitud, discurso en una situación dada.
 - Empleo de técnicas y actitudes apropiadas (reformulación, silencio, pausas).
 - Controlar la calidad de la información.
 - Presentarse oralmente por teléfono o contacto directo.
 - Participar en una entrevista con un tercero conocido o desconocido.
 - Participar en una reunión de trabajo.
 - Expresarse oralmente delante de un grupo.
 - Redactar y escribir informes, mensajes, correspondencia.
 - Analizar y explotar documentación escrita.

B) Contenidos teóricos

- Técnicas de comunicación.
 - Elementos de la comunicación: objeto, sujetos, contenidos, canales, códigos.
 - Proceso de comunicación: emisor, receptor, mensaje, feed-back.
 - Dificultades en la comunicación: de orden técnico, afectivo, obstáculos individuales y colectivos.
 - Las funciones del mensaje.
 - Los niveles de comunicación: contenido manifiesto, latente, no verbal.
 - Actitudes y técnicas favorecedoras de la comunicación.
 - Comunicación comercial y publicitaria.

- Tipos de entrevistas o reuniones.
- Comunicación técnica.
- Comportamientos de Compra y Venta.
 - El Vendedor:
 - Perfiles: cualidades humanas, psíquicas, intelectuales, psicológicas.
 - Motivaciones profesionales.
 - Medios de comunicación: corporales, rostro, gestos, expresiones, palabras, tono de voz, lenguaje.
 - Formación de base y perfeccionamiento del vendedor.
 - Evaluación y control de sí mismo; desarrollo personal.
 - Técnicas de afirmación de la personalidad.
 - El comprador:
 - Móviles y motivaciones de compra.
 - Hábitos de compra.
 - Actitudes del consumidor frente a la calidad, la marca y el precio.
 - Tipologías de consumidores.
 - Nociones sobre las técnicas de conocimiento del consumidor.
 - Caracterología.
 - Observación psicológica.

C) Contenidos relacionados con la profesionalidad

- Disposición a la escucha activa e interpretación/identificación de las necesidades del cliente.
- Sentido de la argumentación y expresión clara y precisa para la presentación coherente y persuasiva de las características de los productos.
- Iniciativa y capacidad de percepción subjetiva para guiar el proceso de venta e identificar las diferentes fases del mismo.
- Imaginación y creatividad para rebatir/solventar con rapidez objeciones del cliente.
- Rigor y precisión en la descripción/presentación de los aspectos técnicos del producto.
- Resistencia al desaliento ante fracasos continuados de la venta.

14. Denominación del módulo:

TÉCNICAS DE VENTA.

15. Objetivo del módulo:

Utilizar eficazmente las técnicas de venta orientadas a los procesos de desarrollo y cierre de la misma.

16. Duración del módulo:

75 horas.

17. Contenidos formativos del módulo:

A) Prácticas

- Aspectos Operativos del Conocimiento de los Productos.
 - A partir de diversos productos dados:
 - Situar el producto en el mercado.
 - Describir las características técnicas del producto.
 - Describir las características comerciales del producto.
 - Describir las características psicológicas del producto.
 - Situar el producto en relación a criterios económicos, de gama y duración.
 - Seleccionar argumentos de venta apropiados.
- Aspectos Operativos de la Venta y la Negociación:
 - En diversas situaciones de venta simuladas:
 - Efectuar la acogida del cliente e iniciar el diálogo de venta.
 - Desarrollar la argumentación.
 - Estimular y provocar la decisión.
 - Efectuar el cierre de la operación.
 - Evaluar su actuación.

B) Contenidos teóricos

- Metodología de Conocimientos de los Productos.
 - Relación entre necesidades y productos.
 - Características técnicas, comerciales y psicológicas:
 - Presentación
 - Condiciones de utilización
 - Precio
 - Marca
 - Publicidad
 - Ciclo de vida del producto.
- La Venta de Contacto. Atención personalizada
 - El diálogo de venta:
 - La acogida; toma de contacto
 - Dominio de la actitud corporal
 - Dominio de la expresión oral
 - La búsqueda de las 12 de septiembre de 1996

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

C) Contenidos relacionados con la profesionalidad

- Mantenimiento de una actitud abierta y de invitación activa a la relación con el cliente.
- Disposición a la escucha activa e interpretación/identificación de las necesidades del cliente.
- Sentido de la argumentación para la presentación coherente y persuasiva de las características de los productos.
- Iniciativa para guiar el proceso de venta y posibles ventas complementarias.
- Atención constante y discreta de la clientela y sus comportamientos sin perder la concentración en lo que se está realizando.
- Respeto y actitud sensible ante los derechos del consumidor y el servicio del mismo.

14. Denominación del módulo:

TÉCNICAS DE ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTAS.

15. Objetivo del módulo:

Aplicar eficaz y apropiadamente las técnicas de "merchandising" y animación de venta con objeto de optimizar el espacio de ventas y la incentivación de éstas.

16. Duración del módulo:

95 horas.

17. Contenidos formativos del módulo:

A) Prácticas

- Aspectos Operativos de los Productos en el Punto de Venta.
 - A partir de un supuesto práctico de observación de productos:
 - Clasificar los productos por familias.
 - Analizar y describir los acondicionamientos y embalaje en función del producto.
 - Mostrar la utilidad práctica de la utilización de una codificación.
 - Elaborar fichas técnicas recogiendo los elementos técnicos, elementos psicológicos y elementos comerciales de los productos.
 - Identificar gamas de productos.
 - Situar un producto en una gama.
 - Identificar productos complementarios.
 - Identificar productos sustitutivos.
- Aspectos Operativos de la Organización y Gestión del Espacio de Venta.
 - A partir de una superficie de venta organizada en la que se han distribuido los lineales y familias de productos:
 - Marcar sentidos de circulación de acuerdo a las técnicas de merchandising.
 - Identificar potenciales zonas frías y calientes.
 - Detallar métodos y procedimientos posibles para calentar las zonas frías.
 - Ubicar isletas en el recorrido del cliente para atraer su atención.
- Aspectos Operativos de la Ubicación de los Productos-Técnicas de Merchandising.
 - A partir de un conjunto de lineales determinados:
 - Describir una organización por familias de productos.
 - Argumentar el por qué de la misma.
 - Presentar sugerencias de mejora.
 - A partir de un conjunto de productos determinados y de acuerdo a los criterios de merchandising establecidos (facing, ubicación vertical y horizontal):
 - Realizar la presencia visual de los productos en un lineal.
 - Presentar y argumentar sugerencias de mejora.
- Aspectos Operativos de la Ambientación del Punto de Venta.
 - Para un punto de venta determinado:
 - Identificar los elementos de la imagen del punto de venta.
 - Analizar e identificar los puntos fuertes y débiles de la imagen del punto de venta.
 - Definir y analizar los factores de ambiente.
 - Reconocer la notoriedad e importancia de los carteles.

- Proponer y argumentar modificaciones en la ambientación del punto de venta.
- Realizar y ubicar la cartelística del establecimiento aplicando las técnicas de rotulación y composición.
- Aspectos Operativos de la Promoción-Publicidad.
 - Para una determinada acción promocional seleccionada:
 - Participar en una reunión simulada para la definición de la acción promocional o publicitaria.
 - Elaborar mensajes promocionales sencillos y breves.
 - Identificar los soportes y medios para llevarlo a cabo.
 - Elaborar la cartelística de apoyo:
 - Seleccionar los materiales.
 - Aplicar técnicas de rotulación.
 - Efectuar el montaje y disposición.
- Aspectos Operativos del Escaparatismo.
 - A partir de un escaparate dado:
 - Analizar y discutir la aplicación de los principios básicos del escaparatismo.
 - Analizar y discutir en relación a los elementos estructurales del escaparate.
 - A partir de la presentación de distintos colores en diferentes situaciones, describir los efectos visuales obtenidos con los mismos.

B) Contenidos teóricos

- Los productos en el punto de venta.
 - Adaptación de los productos a la clientela.
 - Clasificación de los productos:
 - Familias y gamas de productos.
 - Ciclo de vida.
 - Identificación de los productos:
 - Marco, logotipo.
 - Posicionamiento de los productos en función de la marca.
 - Acondicionamiento, embalaje.
 - Codificación de los productos.
 - Características:
 - Técnicas.
 - Comerciales.
 - Psicológicas.
 - Reglamentación relativa a los productos. Normativa nacional y comunitaria.
- El surtido.
 - Composición: surtido especializado, extensivo.
 - Caracterización:
 - Amplio.
 - Profundo.
 - Estructurado: productos líderes, productos de reclamo, productos de marca, productos permanentes, productos estacionarios, etc.
- Organización del Punto de venta.
 - Distribución Funcional:
 - Zonas de venta, de exposición, de circulación, de almacenaje y de caja.

- Factores de localización en el espacio de venta de las familias de productos:
 - Factores físicos (accesos, almacenes).
 - Factores comerciales (circulación, zonas frías y zonas calientes).
 - Implantaciones de mostradores, vitrinas, expositores, etc.
- Distribución estética-ambientación:
 - El logotipo, la marca.
 - Factores de ambiente: mobiliario, decoración, iluminación, colorido, sonorización, volúmenes, formas, señalización, etc.
 - Presentación de productos en vitrinas, etc.
 - Cartelística: Rótulos y Letreros.
 - Función y notoriedad.
 - Técnicas de rotulación.
 - Aplicaciones informáticas gráficas y de edición.
- Técnicas de "Merchandising".
 - Componentes del "merchandising":
 - Lineales.
 - Zonas de Venta.
 - Niveles.
 - Frontales.
 - Góndolas.
 - Principios del "merchandising":
 - Atractividad visual de los productos.
 - Accesibilidad de los productos.
 - Orientación de los clientes en el punto de venta.
 - Confort de los clientes.
 - Información al cliente en el punto de venta.
 - Métodos y criterios de reparto de los productos en el espacio de venta (rotación de los productos, lanzamiento de productos, etc.)
 - Distribución y organización de lineales en familias de productos, productos complementarios, etc.
 - Reglas de implantación: implantaciones verticales y horizontales de productos.
- Comunicación Comercial: Promoción y Publicidad.
 - Objetivos y funciones.
 - Métodos de publicidad:
 - Mensaje publicitario-producto.
 - Mecanismos de influencia: reflexión, persuasión, etc.
 - Reglamentación de la publicidad:
 - Protección del consumidor.
 - Adaptación de las acciones publicitarias o promocionales a la reglamentación.
 - Acciones publicitarias y promocionales:
 - Presupuesto y medios disponibles.
 - Características y objetivos (información, venta, lanzamiento, notoriedad, etc.).
 - Selección de acciones.
 - Técnicas y materiales.
 - Desarrollo y seguimiento.
 - Realización de la animación:
 - Tipos de animación.
 - Factores de selección: temporada, productos, características de clientes, punto de venta, etc.

- Determinación del material: expositores, góndolas, vitrinas, isletas, etc.
- Determinación de la decoración.
- Determinación del coste de la animación.
- Escaparate:
 - Efectos psicológicos y sociológicos del escaparate en el consumidor.
 - Función.
 - Objetivos.
 - Clases: En función del producto publicitario, marca, mercancía o productos.
 - Técnicas de escaparatismo.
 - Diseño de escaparates.
 - Organización de la ejecución de un escaparate.

C) Contenidos relacionados con la profesionalidad

- Aprecio del componente estético y de ambientación de los objetos e instalaciones.
- Sensibilidad por el orden y limpieza del punto de venta.
- Valoración de la interrelación entre la actividad manual de mantenimiento y reposición de lineales -stockaje- y la intelectual de diseño de lineales -merchandising-.
- Tenacidad y constancia en el seguimiento permanente de la ambientación y surtido del punto de venta.
- Imaginación en la implementación y concreción de las acciones publicitarias y promocionales; y cantidad, variedad y presentación de las mercancías.
- Disposición para adaptar su intervención profesional a tareas numerosas y diferentes.
- Sentido de anticipación para prever necesidades y planificar las intervenciones.
- Respeto y actitud sensible ante los derechos del consumidor y el servicio al mismo.
- Sensibilidad por el orden en las actividades de almacenaje.

14. Denominación del módulo:

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS.

15. Objetivo del módulo:

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

16. Duración del módulo:

60 horas.

17. Contenidos formativos del módulo:

A) Prácticas

- Identificar y describir los diferentes estilos de dirección de un equipo.
- A partir de un equipo de trabajo supuesto y perfectamente caracterizado:
 - Analizar el grado de madurez de los componentes del equipo de trabajo desde una triple vertiente:
 - Características personales: edad y sexo.
 - Competencia técnica: niveles formativos y experiencia.
 - Voluntad para aceptar responsabilidades y capacidad para ejercerlas.
 - Identificar y argumentar el estilo de dirección más apropiado.
- Simular la acogida a un nuevo miembro del equipo:
 - Recepción.
 - Presentación del equipo y medios de trabajo.
 - Definición de funciones y tareas a desarrollar.
 - Seguimiento y evaluación.
- Simular la conducción y animación de una reunión de trabajo.
- Simular la transmisión/recepción de una crítica.
- Dado un equipo y un calendario de trabajo caracterizado; ejecutar un planning de turnos y vacaciones.
- A partir de una situación de trabajo dada, elaborar una directiva escrita.

B) Contenidos teóricos

- El personal.
 - Funciones.
 - Puestos de trabajo. Su ubicación en el organigrama.
 - Relaciones jerárquicas.
 - Relaciones funcionales.
 - Perfiles de los puestos de trabajo.
- Reglamentación.
 - Principios generales en materia de contratación, condiciones de trabajo, remuneraciones, formación, etc.
 - Reglamentaciones específicas a la actividad: reglamentos, seguridad e higiene, convenios colectivos, acuerdos de empresa.
- Organización del trabajo.
 - Organización y Planificación de tareas:
 - Fijación de objetivos.

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

C) Contenidos relacionados con la profesionalidad

- Sentido del trabajo en equipo para garantizar la optimización del mismo.
- Disposición para liderar un equipo ejerciendo labores de mando, organización y control.

- Adaptabilidad del estilo de dirección a los distintos equipos y personas en función de su competencia técnica e implantación en su tarea y función.
- Dosificación de la autoridad, el acuerdo y la negociación, en función del equipo y las situaciones.
- Valoración de la motivación del equipo como fuente primordial de actitudes y comportamientos laborales competitivos.
- Sentido de la comunicación como fórmula de integración, orientación y coordinación del equipo.
- Disposición a la escucha y valoración de expectativas y subjetividades en los comportamientos.
- Respeto a la normativa de regulación de las condiciones laborales.

14. Denominación del módulo:

COMPORTAMIENTOS LIGADOS A LA SEGURIDAD E HIGIENE.

15. Objetivo del módulo:

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

16. Duración del módulo:

20 horas.

17. Contenidos formativos del módulo:

A) Prácticas

- Aspectos Operativos de Seguridad.
 - Identificar las situaciones de riesgo más comunes en su ámbito de trabajo.
 - A partir de la descripción de una situación de riesgo:
 - Determinar su naturaleza.
 - Estimar su importancia y consecuencias previsibles.
 - A partir de una caracterización del lugar de trabajo:
 - Identificar los lugares de mayor potencialidad de riesgo.
 - Identificar las instalaciones a vigilar.
 - Identificar y describir los medios de intervención.
 - Indicar los elementos principales de un sistema de detección de incendios.
 - Identificar los principales agentes extintores del fuego, explicando su utilización en función de las diferentes clases de fuego y las contraindicaciones más usuales.
 - Dado un sistema de alarma o alerta:
 - Identificar los dispositivos.
 - Verificar su correcto funcionamiento y emplazamiento.
 - Identificar y describir las anomalías del sistema.
 - Identificar y describir la secuencia de medidas a aplicar en caso de accidente.
 - Realizar de modo simulado la ejecución material de técnicas sanitarias básicas de primeros auxilios.
- Aspectos Operativos de Higiene.
 - Identificar y describir los riesgos de contaminación de los productos y materiales durante el transporte.
 - Enumerar los diferentes tipos de productos que requieren métodos de conservación.
 - Dado un producto concreto:
 - Identificar el método de conservación.
 - Calcular el tiempo de conservación.
 - Describir el método de manipulación.
- Para distintos tipos de establecimientos y situaciones de trabajo, identificar las fuentes de polución del ambiente y sus consecuencias fisiológicas.
 - En un establecimiento determinado:
 - Identificar y caracterizar las fuentes luminosas.
 - Identificar los efectos de la luz.
 - Identificar los diversos modos de ventilación.
 - Valorar sugerencias de mejora.

B) Contenidos teóricos

- Seguridad.
 - Riesgos:
 - Concepto de riesgo.
 - Factores de riesgo.
 - Medidas de prevención y protección.
 - Siniestros:
 - Clases y causas.
 - Sistemas de detección y alarma.
 - Evacuaciones.
 - Sistemas de extinción de incendios:
 - Métodos.
 - Medios.
 - Agentes: agua, espuma, polvo.
 - Materiales: móviles, fijos.
 - Primeros auxilios.
- Higiene y Calidad de Ambiente.
 - Higiene.
 - Concepto de higiene.
 - Zonas de riesgo.
 - Objetivos de higiene y calidad del ambiente.
 - Parámetros de influencia en las condiciones higiénico-sanitarias:
 - Personas.
 - Instalaciones:
 - Concepción y ordenación.
 - Estructuras exteriores.
 - Funciones de los locales.
 - Sistemas: eléctricos, de agua, de ventilación.
 - Higiene personal.
 - Higiene en los transportes y circulaciones:
 - Riesgos de contaminación de productos y materiales durante el transporte.
 - Organización de circuitos de diferentes tipos de productos y materiales.
 - Fenómenos de degradación.
 - Degradaciones físicas.
 - Degradaciones químicas.
 - Medidas de prevención:
 - Prevención de la contaminación.
 - Prevención de las degradaciones físicas.
 - Confort y ambientes de trabajo.
 - Factores técnicos de ambiente:
 - Ventilación de los locales:
 - Principios de ventilación.
 - Instalaciones de ventilación.
 - Climatización de los locales:
 - Temperatura interior y confort.
 - Tipos de calentamiento.

- Sistemas de regulación y seguridad.
- Iluminación de los locales.
 - Tipos de luces: incandescentes; fluorescentes.
 - Aparatos de iluminación y modos de iluminación.
 - Mantenimiento de las fuentes luminosas y aparatos de iluminación.
 - Efectos de la luz sobre materiales y productos.
- Acústica.
- Métodos de conservación y manipulación de productos:
 - Productos a conservar.
 - Principales métodos y técnicas de conservación.
 - Riesgos sanitarios de inadecuadas conservaciones de productos.
 - Principios básicos de manipulación.
- Normativa de Seguridad e Higiene.

C) Contenidos relacionados con la profesionalidad

- Valoración de la salud y la seguridad como elementos esenciales de la calidad de vida laboral.
- Percepción y valoración ajustada de los factores de riesgo.
- Sensibilidad por el orden y limpieza del lugar de trabajo y del material utilizado.
- Utilización respetuosa y responsable de instalaciones, equipos y materiales de acuerdo a las instrucciones y criterios de economía, eficacia y seguridad establecidos.
- Rechazo a actitudes irresponsables y peligrosas en la conducta laboral.
- Valoración de la calidad ambiental y aspectos ergonómicos como elementos del ámbito de la seguridad e higiene.

14. Denominación del módulo:

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

15. Objetivo del módulo:

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

16. Duración del módulo:

20 horas.

17. Contenidos formativos del módulo:

A) Prácticas

- A partir de la visualización de un sistema completo informático, identificar y caracterizar:
 - El hardware del sistema y componentes.
 - El sistema operativo.
 - Aplicaciones.
- Realizar en un sistema operativo las siguientes operaciones:
 - Posicionarse en un directorio.
 - Crear un directorio.
 - Borrar un directorio.
 - Copiar un fichero del disco duro a un diskette.
 - Copiar un fichero de un diskette al disco duro.
- En un supuesto práctico de utilización de un programa de gestión comercial y para un caso convenientemente caracterizado:
 - Identificar los ficheros necesarios para su utilización.
 - Entrar en el programa.
 - Seleccionar las opciones de menú apropiadas.
 - Introducir datos.
 - Solicitar y obtener diversas informaciones (pantallas, listados).
 - Salir del programa

B) Contenidos teóricos

- Introducción.
 - Historia del ordenador.
- Hardware.
 - El ordenador.
 - Definición.
 - Funciones.
 - Partes básicas.
 - Tipos.
 - Unidad central de proceso.

- Memoria principal.
 - Concepto de memoria principal.
 - Clases de memoria principal.
 - Memoria RAM.
 - Memoria ROM
 - Medidas de memoria.
- Periféricos:
 - Concepto.
 - Periféricos de entrada y salida:
 - Teclado.
 - Pantalla.
 - Impresora.
 - Plotter.
 - Periféricos de almacenamiento.
 - Disco flexible.
 - Disco duro
 - Cinta magnética.
- Representación de datos:
 - Bit, byte.
 - Sistemas de codificación: código binario.
- Software.
 - Concepto.
 - Elementos y partes del software.
 - El sistema operativo.
 - Concepto.
 - Funciones.
 - Clasificación de los sistemas operativos.
 - Utilización y explotación de un sistema monousuario:
 - Utilidades, funciones y comandos.
 - Conexión y puesta en marcha.
 - Utilización.
 - Aplicaciones informáticas:
 - Descripción general.
 - Utilidades.
 - Concepto de menú.
 - Ilustración de aplicaciones informáticas comerciales:
 - Gestión comercial de clientes y proveedores.
 - Pedidos.
 - Facturación.
 - Almacén.
 - Principios básicos de la utilización de una aplicación informática:
 - Posicionamiento.
 - Selección.
 - Actuación.
 - Salida/grabación.

C) Contenidos relacionados con la profesionalidad

- Disposición positiva y abierta al uso de conceptos, herramientas y modos de trabajo nuevos y tecnológicamente diferentes.
- Sensibilidad hacia el avance tecnológico/informático general y acelerado en el conjunto de la sociedad y sus facetas profesionales.
- Valoración del coste comparativo/desventaja que supone la renuncia a la utilización de instrumentos informáticos.
- Ser sensible a la creciente sencillez y accesibilidad que plantea el uso de herramientas informáticas.

14. Denominación del módulo:

INFORMATIZACIÓN DEL COMERCIO.

15. Objetivo del módulo:

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

16. Duración del módulo:

20 horas.

17. Contenidos formativos del módulo:

A) Prácticas

- En el marco de actividad de un comercio:
 - Señalar las tareas o actividades actualmente informatizadas.
 - Identificar y comentar aquellas tareas susceptibles de mecanización informática.
- A partir de la caracterización del sistema de control y seguimiento de la documentación administrativa comercial de un supuesto comercio:
 - Identificar y argumentar las ventajas de la informatización del tratamiento de dicha documentación.
 - Plantear las exigencias operativas -codificaciones, standarizaciones- que plantea la información.
- En un supuesto práctico de manejo y utilización de un paquete de gestión comercial, y a partir de unos datos comerciales considerados:
 - Acceder al paquete/aplicación.
 - Seleccionar las opciones adecuadas.
 - Introducir los datos relativos de compras, ventas y stocks.
 - Introducir el dato de margen comercial a considerar.
 - Introducir los datos correspondientes a gastos.
 - Identificar y valorar los indicadores resultantes de rentabilidad comercial del comercio:
 - Margen bruto (% Ptas.)
 - Coeficiente de rotación.
 - Rentabilidad del stock.
 - Identificar y valorar los indicadores de los resultados globales obtenidos por el comercio:
 - Beneficio bruto (% Ptas.)
 - Beneficio neto (% Ptas.)
 - Discutir la Cuenta de Resultados.
 - Valorar el punto muerto o umbral de rentabilidad resultante.
 - Introducir nuevos datos que modifiquen los planteamientos anteriores.
 - Discutir y analizar los cambios resultantes al introducir modificaciones en los datos iniciales de entrada.
- En un grupo de discusión:
 - Debatir sobre la creciente informatización en todas las áreas profesionales y los costes de su no utilización. Particularizarlo para el caso del comercio.
 - Debatir sobre la dificultad/facilidad del manejo de las herramientas informáticas y las tendencias al respecto.
 - Valorar la formación como un instrumento imprescindible asociado al uso de la informática.

- Valorar las herramientas informáticas como instrumentos al servicio de la profesionalización de la gestión comercial.

B) Contenidos teóricos

- Introducción a los Sistemas Informáticos en el comercio:
 - Utilidad General.
 - Principales costes de un sistema informático:
 - Inversión inicial
 - Mantenimiento-reparaciones.
 - Formación.
 - Actualización.
 - Ventajas y servicios ofrecidos en la gestión del comercio.
 - Evolución y tendencias en la implantación de sistemas informáticos en el comercio.
- Informatización del comercio: Nociones Generales:
 - Areas principales sujetas a procesos de informatización.
 - Venta.
 - Pedidos.
 - Albaranes.
 - Facturas.
 - Vendedores.
 - Contabilidad.
 - Almacén.
 - Inventarios.
 - Stocks.
 - Movimientos.
 - Compras.
 - Pedidos.
 - Facturas.
 - Bancos.
 - Pagos y cobros.
 - Remesas bancarias.
 - Impagados.
 - Nóminas.
 - Estadísticas.
 - La integración de Procesos:
 - Concepto.
 - Ventajas de la integración.
 - Actualización automática de las actividades relacionadas.
 - Eliminación de errores por trasvase de datos.
 - Eliminación de actividades a realizar.
 - Desventajas de la integración.
 - Métodos de integración.
 - Integración progresiva.
 - Software de Aplicación.
 - Aplicaciones Standard.
 - Ventajas.

- Inconvenientes.
 - Aplicaciones a Medida.
 - Ventajas.
 - Inconvenientes.
 - Características de las aplicaciones.
 - Modularidad.
 - Integración.
- Principales aplicaciones y módulos del Software comercial:
 - Gestión Comercial.
 - Clientes y Proveedores.
 - Pedidos.
 - Facturación.
 - Control de entradas y salidas de almacén.
 - Gestión Financiera.
 - Contabilidad.
 - IVA.
 - Cobros y Pagos.
 - Inmovilizado.
 - Analítica.
 - Operaciones de Tesorería.
 - Gestión Laboral.
 - Personal.
 - Nóminas.
 - Seguridad Social.
 - Gestión Punto Venta.
- Funcionamiento y utilidades de una aplicación de gestión comercial:
 - Indicadores de rentabilidad comercial.
 - Indicadores de resultados globales.
 - Cuenta de resultados.
 - Umbrales de rentabilidad.
- Hardware:
 - Exigencias de mínimos.
 - Alternativas.
 - Ventajas e inconvenientes.
- Instrumentos tecnológicos complementarios de la informatización del comercio:
 - Terminales Punto de Venta.
 - Concepto.
 - Elementos.
 - Componentes de un ordenador.
 - Impresora de tickets de venta.
 - Lector de Tarjetas de Crédito.
 - Cajón Portamonedas.
 - Visor de precios.
 - Teclado.
 - El Scanner.
 - Función.

- Tipos de Scanner.
 - Lápiz óptico.
 - Pistola.
 - Sobremesa.
- Sistemas de Códigos de Barras.
 - Función.
 - Sistemas.
 - Códigos Normalizados.
 - Códigos Internos.
 - Ventajas.
- Terminales Portátiles.
- Redes Informáticas: Nociones Generales:
 - Redes Locales.
 - Concepto.
 - Elementos de comunicación entre unidades de proceso.
 - Cableado punto a punto.
 - Tarjetas de red.
 - Modem.
 - Componentes de una red.
 - Servidor de Red.
 - Terminal.
 - Redes exteriores.
 - Concepto.
 - Utilidades.
 - Tipos.
 - Red telefónica conmutada.
 - Red de transmisión de datos.
 - Red digital de servicios integrados.

C) Contenidos relacionados con la profesionalidad

- Sensibilidad hacia el avance tecnológico/informático general y acelerado en el conjunto de la sociedad y sus facetas profesionales.
- Sensibilidad hacia el impacto económico y operativo de la introducción de la informática en el comercio.
- Sentido analítico de las posibilidades que ofrece la informatización del comercio.
- Sentido de la valoración coste/beneficio en el proceso de informatización.
- Disposición positiva y abierta al uso de conceptos, herramientas y modos de trabajo nuevos y tecnológicamente diferentes.
- Disposición a la consulta y búsqueda de asesoramiento.
- Tendencia e inquietud por la adaptación competitiva de la empresa.