



Guía Didáctica

Organización de procesos de
venta (UF0030)

Objetivos

□ **Objetivos Generales**

- Programar la actuación en la venta a partir de parámetros comerciales definidos y el posicionamiento de empresa/entidad.
- Confeccionar los documentos básicos derivados de la actuación en la venta, aplicando la normativa vigente y de acuerdo con unos objetivos definidos.
- Realizar los cálculos derivados de operaciones de venta definidas, aplicando las fórmulas comerciales adecuadas.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer la estructura del entorno comercial, pudiendo distinguir entre comercio al por menor y comercio al por mayor.
- Conocer los distintos tipos de agentes distinguiendo la diferencia entre fabricantes, distribuidores, representantes comerciales y consumidores; así como las relaciones existentes entre los distintos agentes.
- Reconocer la importancia de la imagen de la empresa mediante la distribución de su espacio, mobiliario y escaparatismo.
- Distinguir las distintas fórmulas y formatos comerciales.
- Aplicar las distintas normativas en materia de comercio: ley de Ordenación del Comercio Minorista, normativa local en materia de horarios de apertura.
- Conocer los derechos del consumidor en materia de garantías y devoluciones de producto.
- Distinguir los distintos tipos de Vendedores tanto en el marco comercial como en el marco jurídico actual.
- Conocer el perfil que deben cumplir para conseguir ser un vendedor profesional, así como su formación complementaria y todos aquellos aspectos que puedan perfeccionar la profesionalidad del mismo.

- Capacitar al alumno para la consecución de objetivos de autoevaluación en el proceso de ventas. Se le dotará al alumno de aspectos necesarios para su desarrollo personal, indicando todas aquellas técnicas necesarias para el aumento de su motivación y autoestima.
- Conocer los incentivos y su distinción con otro tipo de remuneraciones.
- Identificar los datos de la cartera de clientes potenciales y reales para establecer de esta forma un plan de actuación comercial, empleando para ello herramientas de gestión de relación con los clientes (CRM).
- Describir las características y estructura que debe incluir un argumentario técnico de ventas, precisando su función.
- Identificar los medios para la consecución de información a través de canales tanto online como de relaciones públicas.
- Elaborar una programación de la acción de venta propia, utilizando en su caso una aplicación de planificación comercial que contenga: rutas que optimicen el tiempo y el coste, número y frecuencia de visitas, argumentario de ventas, clasificación clientes según objetivos de perfiles y hábitos de consumo, y actualización de la información de la cartera de clientes.
- Identificar las herramientas que puede utilizar de forma habitual para dotar de mayor eficiencia a su labor de venta.
- Conocer el proceso documental de una Empresa.
- Identificar y ser capaz de cumplimentar tanto los documentos comerciales de una Empresa como los documentos de compra-venta de la misma.
- Conocer la normativa en materia de elaboración de documentos propios de la venta.
- Conocer las aplicaciones informáticas básicas para la elaboración de la gestión documental de una Empresa.
- Confeccionar los documentos de compra-venta de una Empresa a través de la aplicación informática FacturaPlus.
- Aplicar las operaciones básicas para el cálculo de las operaciones de venta realizadas en una Empresa.

- Estar en disposición de calcular el Precio de Venta al Público de un artículo determinado teniendo en cuenta los costes y el margen de beneficios a obtener por la Empresa.
- Ser capaz de distinguir los distintos costes comerciales, de fabricación, costes de visitas y contacto y costes derivados de promociones, así como el cálculo de los mismos y la importancia que supone para la emisión de los presupuestos de una Empresa.
- Ser capaz de saber cuál es la rentabilidad de una Empresa.
- Conocer los componentes fiscales derivados de las operaciones de compra-venta: IVA, Recargo de Equivalencia e Impuestos Especiales.
- Calcular descuentos, margen comercial, comisiones comerciales, intereses de pagos aplazados.
- Seguimiento y control de las operaciones de venta.
- Conocer el uso de determinadas herramientas e instrumentos para el cálculo aplicado a la venta: TPV y Hojas de Cálculo.

Contenidos

60 horas	UF0030: Organización de procesos de venta
15 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 1: Organización del entorno comercial <ul style="list-style-type: none"> • Estructura del entorno comercial • Fórmulas y formatos comerciales • Evolución de la comercialización y distribución comercial • Posicionamiento e imagen de la marca • Normativa general sobre el comercio • Derechos del consumidor
15 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 2: Gestión de la venta profesional <ul style="list-style-type: none"> • El vendedor profesional • El perfil del vendedor • La carrera profesional del vendedor e incentivos • Organización del trabajo del vendedor profesional • Gestión de tareas y planificación de las visitas
15 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 3: Documentación propia de la venta de productos y servicios <ul style="list-style-type: none"> • Documentos comerciales • Documentos de compra-venta • Archivo de la documentación comercial • Aplicaciones informáticas de la documentación comercial
15 horas	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad 4: Cálculo y aplicaciones propias de la venta <ul style="list-style-type: none"> • Operativa básica de cálculo aplicado a la venta • Estimación de costes de la actividad comercial • Fiscalidad • Cálculos habituales en las operaciones comerciales • Herramientas para el cálculo aplicado a la venta
60 horas	4 unidades didácticas