

GESTION COMERCIAL Y SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE

PRESENTACIÓN.

El desarrollo curricular de este Módulo debe adecuarse a los nuevos requerimientos generados por los cambios producidos en el mundo profesional, los tecnológicos y los producidos en la comercialización y organización de las empresas dentro del sector servicios. Debe también relacionarse con las medidas relativas a la economía de cada región y a la demanda del mercado de trabajo.

Este módulo esta asociado a la unidad de competencia: **Realizar y supervisar operaciones de asesoramiento, negociación, reclamación y venta de productos y servicios.**

Las capacidades terminales definidas para este módulo son las siguientes:

- Aplicar técnicas de comunicación y habilidades sociales en situaciones de atención al cliente y operaciones comerciales.
- Analizar y aplicar métodos adecuados en la negociación de las condiciones de contratación y venta de productos o servicios.
- Analizar y aplicar procesos y procedimientos de administración y gestión y de información y documentación en un departamento de atención al cliente o de comercialización de productos y servicios
- Aplicar procedimientos para obtener y procesar la información necesaria en el desarrollo de los procesos de gestión comercial y de atención al cliente
- Analizar los aspectos básicos que configuran el marketing aplicado a la gestión comercial
- Analizar y aplicar métodos de motivación y relación en el entorno laboral

MATERIAL DIDÁCTICO.

Básico

- Gestión Comercial y Servicio de atención al cliente. CD.
- Ejercicios realizados por el profesorado.

Complementario

- Páginas de Internet relacionadas con la materia.

CONTENIDOS

Unidad 1: La Organización del Departamento

- La organización de la empresa.
- El Departamento Comercial
- La evolución de la Función Comercial.
- Organigrama de operaciones de Marketing.

Unidad 2: La Comunicación Comercial

- La Comunicación.
- La Comunicación Integral en la empresa.
- La Comunicación Comercial.
- Habilidades sociales y Protocolo comercial.
- La Entrevista comercial.
- Las Nuevas Tecnologías en la Comunicación Comercial.

Unidad 3: Técnicas de venta y negociación.

- La Fuerza de ventas.
- El Vendedor Profesional.
- La Negociación en la Venta.

- La Venta Personal.
- Tipos de Clientes.
- Etapas en el proceso de Venta Personal.
- Las reclamaciones de los clientes.

Unidad 4: Motivación y relación en el entorno laboral

- El concepto de Motivación.
- Teorías de la Motivación.
- Técnicas de la Motivación.
- El Marketing Interno.
- El Líder: Funciones y cualidades.
- La Comunicación Organizacional.

Unidad 5: Principios y objetivos del marketing

- El Marketing: respuesta a la evolución del entorno.
- Conceptos de Marketing.
- Políticas de Marketing.
- Actividades de Marketing.
- Presupuesto de Marketing.
- El Marketing-Mix
- El Marketing como Cultura de empresa.

Unidad 6: Investigación de mercados

- Investigación de mercados.
- Elementos de la Investigación Comercial.
- Etapas del proceso de Investigación Comercial.
- Técnicas para la obtención de la Información.
- La Encuesta.
- El Cuestionario.
- Segmentación de mercados.

Unidad 07: Políticas de producto y de precios

- Política de Productos.
- Política de Precios.

Unidad 8: Políticas de distribución

- Política de Distribución.
- La Distribución Comercial.
- La Distribución Física Logística.

Unidad 09: La Publicidad

- Concepto.
- Objetivos.
- Tipos de Publicidad.
- Etapas de la Campaña Publicitaria.
- El Mensaje Publicitario.
- Medios Publicitarios.
- Diferentes Medios Publicitarios.

Unidad 10: Derechos del cliente-consumidor

- El Consumidor.
- Instituciones y organismos de protección al consumidor.
- Etapas del proceso de Investigación Comercial.

Unidad 11: Departamento de relaciones públicas

- El Cliente.
 - Las Relaciones con el Cliente.
 - C.R.M. un enfoque hacia el cliente.
-

INSTRUMENTOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN.

Se realizarán pruebas de evaluación escritas, para conocer si el alumno ha alcanzado las capacidades terminales y las capacidades más elementales (criterios de evaluación), con la finalidad de valorar si dispone de la competencia profesional que acredita este módulo.

IMPORTANTE: LOS CONTENIDOS ESTÁN ADAPTADOS A LA DURACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN DEL MÓDULO EN LA EDUCACIÓN SEMIPRESENCIAL. (RESEÑADOS EN EL CRONOGRAMA)