|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | **Elaboración de facturas, recibos y documentos de cobro y pago.** | | módulos | RA | observaciones |
| 1.1 | Registro y archivo de la documentación comercial y administrativa generada en la actividad de la empresa | | GEFE | 5 |  |
| 1.2 | Elaboración y gestión de facturas, recibos y documentos de cobro y pago | | GEFE | 5 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 2 | **Registro contable de las operaciones realizadas por la empresa.** | | módulo | RA | observaciones |
| 2.1 | Contabilización de las compras, gastos y ventas de la empresa, de acuerdo con el PGC. | | GEFE | 6 |  |
| 2.2 | Declaración-liquidación de los impuestos derivados de la actividad | | GEFE | 6 |  |
| 2.3 | Elaboración y gestión de la documentación derivada de las obligaciones contables y fiscales de la empresa. | | GEFE | 6 |  |
| 2.4 | Manejo de aplicaciones informáticas de gestión comercial y contabilidad | | GEFE | 6 |  |
| 2.5 | Registro y archivo de la documentación comercial y administrativa generada en la actividad de la empresa | | GEFE | 6 |  |
| 2.6 | Cálculo del resultado del ejercicio y elaboración de las cuentas anuales. | | GEFE | 6 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 3 | **Formalización de contratos de compraventa de activos y contratación de suministros.** | | módulo | RA | observaciones |
| 3.1 | Análisis de diferentes proyectos en planes de inversión | | GEFE | 4 |  |
| 3.2 | Realización de cálculos para elegir entre adquisición o arrendamiento de activos. | | GEFE | 4 |  |
| 3.3 | Revisión de contratos de suministros | | GEFE | 4 |  |
| 3.4 | Analizar la política de la empresa en materia de adquisición o arrendamiento de vehículos | | GEFE | 4 |  |
| 3.5 | Supervisión de registros relativos a la adquisición o alquiler de bienes de equipo. | | GEFE | 4 |  |
| 3.6 | Análisis de diferentes proyectos en planes de inversión | | GEFE | 4 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 4 | **Manejo de información sobre cifras de ventas según diferentes categorías** | | módulo | RA | observaciones |
| 4.1 | Recogida de información sobre la evolución y tendencia de las ventas por productos, líneas de productos o marcas | | POM  INC | 1  1 |  |
| 4.2 | Análisis del mercado e identificar los segmentos o grupos de clientes con potencial de compra y comercialmente atractivos para la empresa | | POM  INC |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 5 | **Participación en el proceso de elaboración e implementación del Plan de Márketing** | | módulo | RA | observaciones |
| 5.1 | Participación en estudios de mercado sobre precios o servicios de la competencia | | POM  INC | 2  1 |  |
| 5.2 | Reconocimiento las etapas o fases del proceso de planificación comercial en su empresa | | POM | 7 |  |
| 5.3 | Selección de los datos o información de base para el plan de marketing | | POM | 7 |  |
| 5.4 | Realización de un análisis de la situación, tanto externo como interno | | POM  INC | 7  1 |  |
| 5.5 | Participación en el establecimiento de los objetivos del plan de márketing | | POM | 7 |  |
| 5.6 | Establecimiento de las acciones de políticas del producto, precio, distribución y comunicación | | POM | 7 |  |
| 5.7 | Colaboración en la implantación de la política de comunicación de la empresa | | POM | 7 |  |
| 5.8 | Contribución en la redacción y presentación del plan de marketing, | | POM | 7 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 6 | **Participación en la elaboración de briefings de productos, servicios y/o marcas** | | módulo | RA | observaciones |
| 6.1 | Participación en la definición de objetivos de briefings para realizar acciones de márketing o comunicación | | POM | 6 |  |
| 6.2 | Define la estructura del briefing | | POM |  |  |
| 6.3 | Selección de los datos que se requieren para elaborar la información de base para el briefing | | POM |  |  |
| 6.4 | Conocimiento de los objetivos del briefing en cuestión | | POM | 6 |  |
| 6.5 | Participación en la redacción de un briefing de un producto o servicio para una acción de comunicación determinada | | POM | 6 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 7 | **Gestión de stocks del almacén asegurando su aprovisionamiento y expedición** | | módulo | RA | observaciones |
| 7.1 | Selección de equipos, medios y herramientas de almacén. | | TVN | 4 |  |
| 7.2 | Clasificación de los stocks por diferentes tipos de inventarios y su finalidad. | | LOA  TVN | 4  4 |  |
| 7.3 | Identificación y aplicación los distintos tipos de stocks, medio, inicial y óptimo, así como las clases de rotación en los stocks. | | LOA  TVN | 4  4 |  |
| 7.4 | Aplicación de medidas para evitar las roturas de stocks | | LOA  TVN | 4  4 |  |
| 7.5 | Identificación y aplicación de los distintos métodos de valoración en almacén controlando existencias y desviaciones de inventario | | LOA | 4 |  |
| 7.6 | Realización de trabajos para poder atender pedidos efectuados por clientes así como preparación de la mercancía para su expedición. | | LOA  TVN | 4  4 |  |
| 7.7 | Registro de mercancías, altas, bajas, etc., por código “EAN” de mercancía, así como utilización de herramientas informáticas para controlar proveedores, clientes y conocer movimientos de mercancías en almacén, identificación, pedidos, y extracción | | LOA | 4 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 8 | **Gestión de las operaciones sujetas a la logística inversa, determinando el tratamiento que se ha de dar a las mercancías retornadas** | | módulo | RA | observaciones |
| 8.1 | Analiza qué actividades dentro de la empresa están relacionadas con la logística inversa. | | LOA | 5 |  |
| 8.2 | Identifica qué trabajos se realizan con las mercancías retornadas: reparación, reciclado, eliminación en mercados secundarios, etc. | | LOA | 5 |  |
| 8.3 | Identifica las medidas necesarias para evitar la obsolescencia y contaminación de las mercancías retornadas, así como aplicar la normativa sobre protección del medio ambiente y sanitario. | | LOA | 5 |  |
| 8.4 | Diseña medidas para recoger envases retornables con la entrega de mercancía nueva. | | LOA | 5 |  |
| 8.5 | Elabora planes que clasifiquen unidades o equipos de carga para su posterior reutilización en otras operaciones logísticas. | | LOA | 5 |  |
| 8.6 | Elabora una clasificación de los distintos tipos de envases y embalajes que se utilicen en la empresa con arreglo a los distintos productos siguiendo la normativa vigente. | | LOA | 5 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 9 | **Gestión de la base de datos de la empresa** | | módulo | RA | observaciones |
| 9.1 | Colaboración en el Diseño de una base de datos | | INC | 8 |  |
| 9.2 | Búsquedas avanzadas de datos y diferentes tipos de consultas de información dirigidas. | | INC | 8 |  |
| 9.3 | Manejo de aplicación informática de gestión de bases de datos para analizar, consultar, procesar, editar, archivar y mantener la seguridad, integridad y confidencialidad de la información. | | INC | 8 |  |
| 9.4 | Diseño de diferentes formatos de presentación de la información | | INC | 8 |  |
| 9.5 | Identificación de datos necesarios, determinando los archivos que los contienen o creando los archivos que debieran contenerlos. | | INC | 8 |  |
| 9.6 | Creación de los informes, presentando la información solicitada de forma ordenada y sintética en los formatos adecuados. | | INC | 8 |  |
| 9.7 | Creación de los formularios necesarios para la introducción de datos de forma personalizada o utilizando herramientas de creación automatizada | | INC | 8 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 10 | **Diseño y gestión de la implantación de espacios comerciales** | | módulo | RA | observaciones |
| 10.1 | Diseño de espacios comerciales respectando la normativa aplicable | | EDE | 1 |  |
| 10.2 | Selección e implantación de pasillos, mobiliario y otros elementos interiores del punto de venta que se adecue a los productos y facilite el flujo y velocidad de circulación | | EDE | 2 |  |
| 10.3 | Diseño de elementos interiores y exteriores del punto de venta según criterios de rentabilidad e imagen de la empresa | | EDE | 3 |  |
| 10.4 | Gestión de las zonas frías y calientes de la superficie comercial según criterios de rentabilidad | | EDE | 2 |  |
| 10.5 | Confección de cronogramas para organizar los tiempos y trabajos de la implantación | | EDE | 3 |  |
| 10.6 | Aplicación de medidas correctoras en relación a la organización y ejecución de la implantación según criterios de rentabilidad e imagen de la empresa | | EDE | 2  3 |  |
| 10.7 | Elaboración de presupuesto de implantación | | EDE | 3 |  |
| 10.8 | Aplicación de criterios económicos y comerciales para ejecutar la implantación | | EDE | 3 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 11 | **Diseño y Montaje de Escaparates** | | módulo | RA | observaciones |
| 11.1 | Diseño de elementos, materiales e instalaciones del escaparate según imagen a transmitir por la empresa | | EDE | 5 |  |
| 11.2 | Aplicación de técnicas de escaparatismo (composición, colores e iluminación) según efectos psicológicos en el consumidor y objetivos de la empresa | | EDE | 5 |  |
| 11.3 | Realización de bocetos y maquetas de escaparates con aplicaciones informáticas | | EDE | 5 |  |
| 11.4 | Interpretación de documentación técnica de escaparate para su montaje | | EDE | 6 |  |
| 11.5 | Selección de materiales y accesorios adecuados para el montaje del escaparate | | EDE | 6 |  |
| 11.6 | Confección de un cronograma del montaje de escaparates | | EDE | 6 |  |
| 11.7 | Elaboración de presupuesto de montaje | | EDE | 6 |  |
| 11.8 | Montaje del escaparate interpretando la normativa relativa | | EDE | 6 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 12 | **Determinación de la dimensión del surtido de productos** | | módulo | RA | observaciones |
| 12.1 | Determinación del Surtido de Productos a implantar. | | GPPP | 1 |  |
| 12.2 | Clasificación de los productos por familias, gamas, categorías, posicionamiento, acondicionamiento y codificación. | | GPPP | 1 |  |
| 12.3 | Determinación de la Amplitud, anchura y profundidad del surtido. | | GPPP | 1 |  |
| 12.4 | Implantación de un sistema de Elección de Referencias y determinar el umbral de Supresión de las mismas. | | GPPP | 1 |  |
| 12.5 | Implantación software de gestión de surtidos | | GPPP | 1 |  |
| 12.6 | Implantación de sistemas de Control Cuantitativo y Cualitativo del Surtido | | GPPP | 3 |  |
| 12.7 | Implantación de una cultura de gestión que optimice el Beneficio Empresarial: Beneficio y Rentabilidad del Surtido. | | GPPP | 3 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 13 | **Implantación del Surtido de Productos y/o servicios en los lineales** | | módulo | RA | observaciones |
| 13.1 | Delimitación de Zonas y Niveles del Lineal. | | GPPP | 2 |  |
| 13.2 | Determinación y Estructuración de los sistemas de Reparto en el Lineal. | | GPPP | 2 |  |
| 13.3 | Establecimiento de Sistemas de Reposición del Lineal | | GPPP | 2 |  |
| 13.4 | Determinación del Lineal Mínimo y Optimo | | GPPP | 2 |  |
| 13.5 | Establecimiento de los Tiempos de Exposición. | | GPPP | 2 |  |
| 13.6 | Delimitación de los Facings. | | GPPP | 2 |  |
| 13.7 | Aplicación de la Normativa sobre implantación de productos. | | GPPP | 2 |  |
| 13.8 | Implantación de software que determine el Lineal óptimo. | | GPPP | 2 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 14 | **Diseño de Acciones Promocionales en el Punto de Venta.** | | módulo | RA | observaciones |
| 14.1 | Determinación de un sistema de promociones específicas cuyo origen esté determinado por el fabricante. | | GPPP | 4 |  |
| 14.2 | Determinación de un sistema de promociones específicas cuyo origen esté determinado por el distribuidor. | | GPPP | 4 |  |
| 14.3 | Aplicación de las Promociones Específicas del detallista dirigidas directamente al consumidor. | | GPPP | 4 |  |
| 14.4 | Animación del Puntos Calientes y Fríos. | | GPPP | 4 |  |
| 14.5 | Establecimiento de Sistema de Indicadores Visuales. | | GPPP | 4 |  |
| 14.6 | Delimitación de los productos gancho y productos estrella. | | GPPP | 4 |  |
| 14.7 | Establecimiento de un Centro de Información al Consumidor en el punto de Venta. | | GPPP | 4 |  |
| 14.8 | Diseño de una estructura publicitaria en el Punto de Venta: stoppers, pancartas, displays, carteles | | GPPP | 4 |  |
| 14.9 | Implantación software de rotulación, diseño de carteles y folletos. | | GPPP | 4 |  |
| 14.10 | Establecimiento de Sistema de control de Eficiencia de las acciones promocionales. | | GPPP | 6 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 15 | **Determinación de procedimientos de selección y formación de personal de promoción en el punto de venta** | | módulo | RA | observaciones |
| 15.1 | Identificación del Perfil apto del personal idóneo para promocionar el punto de venta. | | GPPP | 5 |  |
| 15.2 | Diseño del sistema de estudio de personas adecuadas para incentivar el consumo del producto: modelos, famosos, actores etc. | | GPPP | 5 |  |
| 15.3 | Implantación de un diseño afecto a la determinación de la Tipología de clientes. | | GPPP | 5 |  |
| 15.4 | Implantación de un sistema de formación continua del personal afecto a la promoción comercial | | GPPP | 5 |  |
| 15.5 | Implantación de Técnicas de Liderazgo y trabajo en Equipos. | | GPPP | 5 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 16 | **Elabora prog. de aprovisionamiento, ajustando objetivos, plazos y criterios de calidad de los procesos de producción/distribución** | | módulo | RA | observaciones |
| 16.1 | Comprobación en cuantas partes se compone un programa de aprovisionamiento | | LAP | 2 |  |
| 16.2 | Comprobar cuánto cuesta un programa de aprovisionamiento. | | LAP | 2 |  |
| 16.3 | Elaboración de un programa de pedidos y entregas que se adapte a las necesidades de la empresa, así como diagramas de flujos en función de las necesidades de entrega y capacidad de cada unidad. | | LAP | 2 |  |
| 16.4 | Elaboración de un calendario con cantidades y fechas de aprovisionamiento efectivas y entregas intermedias, con cumplimiento de plazos establecidos. | | LAP | 2 |  |
| 16.5 | Utilización de programas informáticos para la gestión y realización de cálculos. | | LAP | 2 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 17 | **Aplicación métodos de gestión de stocks, realizando previsiones de requerimientos de mercancías y materiales en sistemas de producción/aprovisionamiento** | | módulo | RA | observaciones |
| 17.1 | Verificación de las posibles consecuencias económicas de la gestión de stocks en el sistema de aprovisionamiento de la empresa. | | LAP | 3 |  |
| 17.2 | Elaboración de una relación de los distintos tipos de gestión con los distintos tipos de existencias. | | LAP | 3 |  |
| 17.3 | Elaboración de una clasificación de stoks a través de distintos procedimientos y evalúa las posibles incidencias en valoración, control de inventarios y y posibles roturas de stocks. | | LAP | 3 |  |
| 17.4 | Estimación de cuál debe ser el vol. óptimo de stock, lote económico, número de pedidos anuales, etc. | | LAP | 3 |  |
| 17.5 | Cálculo del coste por rotura de stock, así como las posibles repercusiones que esto tendría en la demanda insatisfecha. | | LAP | 3 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 18 | **Realiza la selección, seguimiento y evaluación de los proveedores, aplicando los mecanismos de control, seguridad y calidad del proceso y programa de aprovisionamiento.** | | módulo | RA | observaciones |
| 18.1 | Elaboración de una serie de normas básicas para la selección de ofertas de proveedores y establecer los pliegos de condiciones. | | LAP | 4 |  |
| 18.2 | Establece una clasificación de proveedores en función de su peso específico priorizando ofertas. | | LAP | 4 |  |
| 18.3 | Realización de una búsqueda “on-line” y “off-line” de proveedores potenciales. | | LAP | 4 |  |
| 18.4 | Realización de una valoración de los productos que nos son ofrecidos, teniendo en cuenta plazos de entrega y precios. | | LAP | 4 |  |
| 18.5 | Realización de un análisis de algunos de los recursos de los proveedores, técnicos, personal, financieros, etc. | | LAP | 4 |  |
| 18.6 | Realización del análisis de las condiciones que nos ofrecen, así como las restricciones logísticas con proveedores tanto nacionales como intern, | | LAP | 4 |  |
| 18.7 | Utilizando programas informáticos evaluar proveedores | | LAP | 4 |  |
|  |  | |  |  |  |
| **19** | **Determina las condiciones de negociación del aprovisionamiento, aplicando técnicas de comunicación y negociación con proveedores.** | | módulo | RA | observaciones |
| 19.1 | En un proceso de negociación, identificar las distintas fases del mismo. | | LAP | 5 |  |
| 19.2 | En el citado proceso, identificar las distintas técnicas de comunicación y negociación. | | LAP | 5 |  |
| 19.3 | Diferenciación de los diferentes contratos de compraventa de bienes y servicios, así como identificar los distintos los distintos elementos personales y reales que componen estos tipos de contratos. | | LAP | 5 |  |
| 19.4 | En los contratos mercantiles que regulan la compraventa identificar las cláusulas referentes al suministro. | | LAP | 5 |  |
| 19.5 | Utilizando aplicaciones de tratamiento de textos redactar algún contrato de suministro. | | LAP | 5 |  |
|  |  | |  |  |  |
| **20** | **Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos** | | módulo | RA | observaciones |
| 20.1 | Identificación de los elementos que configuran el correo electrónico | | MD | 2 |  |
| 20.2 | Utilización del correo electrónico directamente desde la web | | MD | 2 |  |
| 20.3 | Uso de programas de cliente de correo electrónico | | MD | 2 |  |
| 20.4 | Conocimiento del protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor. | | MD | 2 |  |
| 20.5 | Compartir archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P) | | MD | 2 |  |
| 20.6 | Obtención e instalar software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso | | MD | 2 |  |
|  |  | |  |  |  |
| **21** | **Facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática** | | módulo | RA | observaciones |
| 21.1 | Aplicación de los formatos electrónicos de factura de mayor o menor complejidad (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg o txt, entre otros) | | MD | 3 |  |
| 21.2 | Establecimiento de la transmisión telemática entre ordenadores | | MD | 3 |  |
| 21.3 | Garantía de la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de firma electrónica | | MD | 3 |  |
| 21.4 | Utilización de aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas | | MD | 3 |  |
| 21.5 | Aplicación de las herramientas comunes en Internet relativas a la relación de su empresa con organismos públicos y otras entidades | | MD | 3 |  |
| 21.6 | Uso de diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red | | MD | 3 |  |
| 21.7 | Identificación de los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados | | MD | 3 |  |
| 21.8 | Establecimiento y utilización de las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de su empresa | | MD | 3 |  |
|  |  | |  |  |  |
| **22** | **Seguimiento de las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial** | | módulo | RA | observaciones |
| 22.1 | Realización de comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales | | MD | 4 |  |
| 22.2 | Generación de contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales | | MD | 4 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 23 | **Construcción de páginas web** | | módulo | RA | observaciones |
| 23.1 | Colaboración en el mantenimiento de una web eficiente para el comercio electrónico | | MD | 5 |  |
| 23.2 | Inclusión en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece | | MD | 5 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 24 | **Colaboración en el diseño e implementación del plan de marketing digital en el mercado online** | | módulo | RA | observaciones |
| 24.1 | Colaboración en las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red. | | MD | 6 |  |
| 24.2 | Trabajar en las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital | | MD | 6 |  |
| 24.3 | Realización de acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles | | MD | 6 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 25 | **Organización del equipo de ventas** | | módulo | RA | observaciones |
| 25.1 | Análisis de la estructura organizativa del equipo de ventas en la empresa | | OEV | 1 |  |
| 25.2 | Cálculo del tamaño del equipo de ventas | | OEV | 1 |  |
| 25.3 | Análisis de las características comerciales y funciones a realizar por los diferentes vendedores en la empresa | | OEV | 2 |  |
| 25.4 | Descripción de los puestos de trabajo del equipo de venta y Elaboración de Profesiograma | | OEV | 2 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 26 | **Gestión del proceso de venta** | | módulo | RA | observaciones |
| 26.1 | Fijación de objetivos, medios y estrategias para la ejecución del plan de ventas | | TVN OEV | 5 3 |  |
| 26.2 | Aplicación de técnicas para la prospección de clientes | | TVN OEV | 5 3 |  |
| 26.3 | Preparación de visitas a clientes | | TVN | 5 |  |
| 26.4 | Presentación del producto resaltando sus puntos fuertes | | TVN | 5 |  |
| 26.5 | Preparación de entrevistas de venta | | TVN | 5 |  |
| 26.6 | Confección de argumentarios de venta | | TVN OEV | 5  5 |  |
| 26.7 | Aplicación de técnicas de venta , negociación en la venta y cierre de la venta | | TVN | 5 |  |
| 26.8 | Archivo de la documentación generada en la operación de venta | | TVN | 5 |  |
| 26.9 | Generación y actualización de ficheros de clientes | | OEV | 3 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 27 | **Formación, Motivación y Retribución del equipo de ventas** | | módulo | RA | observaciones |
| 27.1 | Identificación de las necesidades de formación del equipo de ventas | | OEV | 4 |  |
| 27.2 | Elaboración de una propuesta de plan de formación para el equipo de ventas | | OEV | 4 |  |
| 27.3 | Cronograma de los programas de formación propuestos | | OEV | 4 |  |
| 27.4 | Análisis de la eficacia del plan propuesto y el de la empresa | | OEV | 4 |  |
| 27.5 | Análisis y Propuesta de los planes de carrera para el equipo de ventas | | OEV | 5 |  |
| 27.6 | Propuesta de un sistema de remuneración tras analizar incentivos económicos, condiciones salariales y jornada de trabajo del equipo de ventas | | OEV | 5 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 28 | **Evaluación y control del equipo de ventas** | | módulo | RA | observaciones |
| 28.1 | Identificación y análisis de los diferentes roles en el equipo de ventas | | OEV | 6 |  |
| 28.2 | Aplicación de estrategias para mejorar la cohesión grupal y prever conflictos | | OEV | 6 |  |
| 28.3 | Aplicación de técnicas de negociación y comunicación asertiva para resolver conflictos | | OEV | 6 |  |
| 28.4 | Fijación de ratios para medir calidad y desempeño del equipo de ventas | | OEV | 7 |  |
| 28.5 | Elaboración y actualización de fichas de clientes y de productos para seguimiento de las ventas | | OEV | 7 |  |
| 28.6 | Cálculo de ratios y análisis de las desviaciones respecto a los objetivos previstos para propuesta de medidas correctoras | | OEV | 7 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 29 | **Formalización de contratos de compraventa** | | módulo | RA | observaciones |
| 29.1 | Redacción de contratos de compraventa u otros alternativos, observando la legalidad vigente | | TVN | 7 |  |
| 29.2 | Conocer los organismos e instituciones de protección y defensa del consumidor, analizando las competencias de cada uno de ellos | | TVN | 7 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| 30 | **Gestión de las relaciones con los clientes.** | | módulo | RA | observaciones |
| 30.1 | Detección de situaciones comerciales y clientes que requieren un seguimiento postventa. | | TVN | 8 |  |
| 30.2 | Desarrollo de acciones previstas en programas de fidelización de clientes. | | TVN | 8 |  |
| 30.3 | Aplicación de técnicas de negociación en situaciones de reclamación en materia de consumo | | TVN | 8 |  |
| 30.4 | Utilización de técnicas de comunicación en la gestión de quejas y reclamaciones y resolución de las mismas. | | TVN | 8 |  |