

COD. ART.	CONTENIDO	HORAS	Objetivos
16579	Analítica web para medir resultados de marketing. COMM001PO	30	- Identificar las herramientas y variables de analítica web para obtener resultados acerca de la información y los comportamientos que aporta el rastro de los usuarios en la web y web 2.0, y así establecer a tiempo correcciones y decisiones sobre todo lo que influye en el modelo de presencia online de una empresa, introduciendo mejoras en las acciones estratégicas de marketing. - Conocer en qué consiste la analítica web, sus utilidades de cara a la empresa y cómo utilizarla en una empresa de tamaño medio o pequeño. - Estar al tanto en qué consiste la técnica de captación de clientes denominada performance marketing, así como sus utilidades de cara a la empresa. - Saber utilizar la técnica de captación de clientes en una empresa de tamaño medio o pequeño. - Conocer los pormenores de la analítica web, para poder tomar decisiones basándose en datos objetivos en el ámbito empresarial. - Saber en qué consisten los denominados A/B Testing, cómo hacerlos y cómo pueden impulsar la marcha de un negocio digital. - Conocer en qué consiste Google Analytics y otras herramientas de analítica web y cómo utilizarlas para mejorar las campañas de marketing de una empresa. - Tener los conocimientos para mejorar una página web empresarial, con el objetivo de captar y fidelizar a un mayor número de clientes.
41255	Animación y presentación del producto en el punto de venta. COMV0108 - Actividades de venta 3.1	60	- Aplicar procedimientos de organización e implantación en el punto de venta físico en función de unos criterios comerciales previamente definidos. - Confeccionar informes derivados de la actuación en la venta, de acuerdo con objetivos definidos. - Aplicar las técnicas de empaquetado y embalado siguiendo criterios definidos.
41253	Aprovisionamiento y almacenaje en la venta. COMV0108 - Actividades de venta 3.1	40	- Aplicar técnicas de organización y gestión del almacén de distintos tipos de establecimientos comerciales en función de criterios previamente definidos.
11668	Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO	25	Proporcionar habilidades, recursos y técnicas para mejorar la relación y el trato con el cliente y satisfacer sus expectativas, mejorando la calidad en el servicio prestado. - Reconocer la importancia de la atención al cliente en las organizaciones. - Prestar un servicio de calidad en la atención al cliente. - Comunicarse con los clientes utilizando los recursos más adecuados en cada caso. - Atender adecuadamente las quejas y reclamaciones de los consumidores.
11094	Atención básica al cliente. COMT0211 - Actividades auxiliares de comercio 3.1	50	- Aplicar técnicas de comunicación básica en distintas situaciones de atención y trato en función de distintos elementos, barreras, dificultades y alteraciones. - Adoptar actitudes y comportamientos que proporcionen una atención efectiva y de calidad de servicio al cliente en situaciones sencillas de atención básica en el punto de venta. - Aplicar técnicas de atención básica en distintas situaciones de demanda de información y solicitud de clientes. - Adoptar pautas de comportamiento asertivo adaptándolas a situaciones de reclamaciones y/o solicitudes de clientes en el punto de venta o reparto a domicilio.
14575	Blog para la comunicación en negocios. COMT104PO	20	- Conocer las particularidades de los blogs, valorando su aportación a la empresa. - Crear un blog de empresa a través de una plataforma gratuita. - Descubrir las posibilidades de diálogo que ofrecen al público/cliente potencial estos nuevos entornos. - Perfeccionar un blog para que refleje la imagen de la empresa y permita adquirir buena reputación.

19006	Comercio en internet. Optimización de recursos. COMT066PO	90	- Analizar en qué forma el uso de internet puede ayudarnos a mejorar los resultados empresariales, aprendiendo a utilizar las herramientas que permitan minimizar costes y aumentar los ingresos y clientes. Utilizar las técnicas básicas de presencia en redes sociales y generar ingresos con el comercio electrónico. - Planificar y tener en cuenta todo lo que nos ofrece la web 2.0, la red como una fuente de información fundamental, la Administración y la banca electrónica, la búsqueda de alianzas y la perspectiva del cliente desde el planteamiento del comercio electrónico. - Conocer el entorno digital alrededor del comercio electrónico y su marca que favorezca el aumento constante de los clientes. - Distinguir las acciones de las herramientas del marketing 2.0 para lanzar y mantener un negocio. - Conocer las redes sociales que utilizar para captar y fidelizar clientes en el comercio electrónico. - Descubrir las diferentes fórmulas para crear ingresos en el comercio electrónico.
12874	Cómo crear una tienda online en Facebook	15	- Optimizar una página en Facebook para sacarle el máximo partido, aprovechando las ventajas de esta red social y solventando los posibles inconvenientes. - Abrir una tienda online en Facebook con la aplicación nativa. - Abrir una tienda online con la herramienta Marketplace de Facebook. - Abrir una tienda online en Facebook con diversas aplicaciones externas. - Comenzar a vender a través de una tienda online creada con Facebook Shopping.
18743	Conducción de carretillas elevadoras. COML001PO	20	- Adquirir las competencias y las habilidades necesarias para la correcta conducción y manejo de carretillas elevadoras con control de las cargas total y seguridad en la tarea. - Conocer cuáles son las actividades que desarrollan los carretilleros en una empresa u organización y comprender las responsabilidades que les competen. - Conocer las particularidades más importantes de las carretillas. - Conocer la mecánica básica y las operaciones de mantenimiento de las carretillas elevadoras. - Conocer las normas y los métodos de manejo de las carretillas elevadoras y las cargas. - Conocer la simbología que emplear en el manejo de las carretillas elevadoras y las cargas. - Comprender los métodos, los sistemas de seguridad y los riesgos a los que se enfrentan los carretilleros. - Conocer cómo afecta la ergonomía al trabajo de conductor de carretillas elevadoras. - Conocer la legislación que afecta al puesto de conductor de carretillas elevadoras.
36587	Conducción de carretillas elevadoras. COML039PO	20	- Adquirir las competencias y las habilidades necesarias para la correcta conducción y manejo de carretillas elevadoras con control de las cargas total y seguridad en la tarea. - Conocer cuáles son las actividades que desarrollan los carretilleros en una empresa u organización y comprender las responsabilidades que les competen. - Conocer las particularidades más importantes de las carretillas. - Conocer la mecánica básica y las operaciones de mantenimiento de las carretillas elevadoras. - Conocer las normas y los métodos de manejo de las carretillas elevadoras y las cargas. - Conocer la simbología que emplear en el manejo de las carretillas elevadoras y las cargas. - Comprender los métodos, los sistemas de seguridad y los riesgos a los que se enfrentan los carretilleros. - Conocer cómo afecta la ergonomía al trabajo de conductor de carretillas elevadoras. - Conocer la legislación que afecta al puesto de conductor de carretillas elevadoras.
13155	Creación de la marca personal	30	Fundamentar la importancia, la necesidad y los beneficios de la creación de la marca personal, así como la elección de determinadas herramientas y recursos para la adquisición de un buen posicionamiento. - Relacionar el concepto de marca personal, las razones para su creación y el impacto y necesidad de esta. - Analizar el proceso y las necesidades fundamentales para la creación de la marca personal, desde el autoconocimiento e imagen personal hasta el establecimiento de un plan específico hacia el éxito. - Utilizar estrategias de escucha, planificación y presentación de la marca personal para la adquisición de un buen posicionamiento y comunicación en la red.

19569	Diseño del montaje de escaparates. COMM022PO	100	<p>- Desarrollar labores de diseño del montaje de un escaparate, atendiendo a los distintos segmentos de actividad económica, utilizando los programas de diseño más usados y presupuestar un montaje. - Conocer los aspectos generales sobre la evolución histórica de los espacios comerciales. - Definir los conceptos básicos para crear un escaparate efectivo. - Describir la figura del escaparatista y qué conocimientos debe tener. - Aprender cuáles son los principios básicos de la composición. - Identificar y conocer los distintos tipos de escaparate y sus posibilidades y poner en práctica los conocimientos adquiridos. - Conocer la importancia del color, su impacto visual y la percepción psicológica. - Crear y diseñar escaparates. - Explicar y desarrollar las fases del montaje de un escaparate. - Saber utilizar el espacio disponible en cuanto a dimensiones y proporciones a la hora de montar un escaparate. - Conocer cómo hacer un presupuesto de servicios de diseño y montaje de escaparate. - Identificar y conocer las distintas herramientas que son necesarias para elaborar un montaje de escaparate. - Adquirir conocimientos básicos de carpintería. - Descubrir los distintos tipos de bastidores y cómo se forran. - Elegir el tipo de pintura para el diseño de un escaparate. - Conocer los distintos tipos de lámparas y el tipo de luz emitida por ellas para crear efectos en el diseño del escaparate. - Crear un boceto como estudio previo al diseño del escaparate y practicarlo. - Adquirir los conocimientos necesarios para saber realizar la maqueta de un escaparate. - Crear un cartel para un escaparate. - Conocer las normas generales de etiquetado de productos. - Identificar los distintos tipos de expositores de artículos disponibles en el mercado. - Conocer los distintos tipos de maniqués. - Considerar la imagen exterior de un comercio tan importante como la interior o el diseño del escaparate. - Conocer la diferencia de escaparates según los distintos segmentos de mercado.</p>
10615	Escaparatismo y visual merchandising	60	<p>- Conocer la importancia del escaparate como medio de comunicación con el cliente. - Reconocer la influencia de los factores que van a incidir en la comunicación. - Adquirir los conocimientos técnicos de merchandising para impulsar las ventas del establecimiento. - Identificar los elementos del enfoque de marketing en la realización del proyecto. - Aplicar los conceptos teóricos de composición visual. - Planificar el diseño, elaboración de maqueta, montaje y desmontaje del escaparate. - Potenciar el visual merchandising en el interior del punto de venta. - Analizar los resultados de ventas para la continua mejora del escaparatismo.</p>

21041	Estrategias de servicios: Calidad y orientación al cliente. COMM004PO	100	- Identificar las estrategias orientadas a la mejora de la atención, comunicación y servicio al cliente, siendo capaz de aplicar los programas de calidad en el servicio y medir la satisfacción del cliente. - Introducir al alumno el concepto de calidad de servicio y satisfacción del cliente. - Conocer los aspectos de calidad de servicio que busca el cliente y responder a sus demandas. - Aprender a gestionar los procesos de calidad del servicio. - Identificar la estrategia más adecuada para facilitar los servicios al público con el fin de incrementar su satisfacción. - Aplicar técnicas de comunicación de forma que el cliente esté bien atendido. - Mejorar la motivación de las personas que atienden a clientes y conseguir que los colaboradores deseen que vuelvan. - Comprender la importancia de establecer normas o especificaciones en las empresas con objeto de satisfacer las expectativas y percepciones de los clientes. - Distinguir los aspectos referidos a la calidad del servicio diseñada, entregada y percibida para el cliente. - Saber detectar, organizar, analizar y corregir todas las desviaciones de la norma de calidad con la finalidad de satisfacer tanto al cliente externo como al interno. - Conocer la importancia de medir la satisfacción del cliente. - Comprender la importancia y las fases de la puesta en marcha de un programa de calidad en la organización, con el fin de ofrecer satisfacción al cliente. - Aprender a gestionar los procesos de atención telefónica en la recepción y emisión de llamadas. - Comprender las claves de una buena atención al cliente en diferentes sectores económicos y de servicios. - Saber reconocer ejemplos de la mala atención al cliente en diversos sectores productivos, sus consecuencias en la empresa y cómo se pueden mejorar.
19470	Facturación electrónica. COMT035PO	80	- Caracterizar y delimitar la normativa vinculada a procesos de facturación electrónica o e-factura, los formatos, así como las aplicaciones utilizadas para su ejecución. - Abordar los elementos clave para poder afrontar la implementación de la facturación electrónica en una empresa o actividad profesional. - Garantizar el aprendizaje de los procesos de la facturación electrónica y su utilización en la actividad económica, con el fin de que su operativa y su uso supongan un cambio relevante en la gestión económica del negocio, agilizando los trámites y facilitando las relaciones comerciales.
10740	Fidelización de clientes	60	- Comprender la importancia de la retención de clientes en cualquier empresa y los beneficios que aporta contar con clientes leales- Conocer diferentes estrategias para atraer, retener y recuperar clientes. - Analizar la necesidad de situar al cliente en el centro de la organización y ofrecerle una atención, un contacto y un servicio diferenciadores de la competencia. - Entender las ventajas del uso de las diferentes herramientas de fidelización disponibles para las empresas. - Adquirir los conocimientos necesarios para implantar una estrategia de marketing relacional y de gestión de las relaciones con los clientes (CRM). - Obtener los conocimientos necesarios para lograr la fidelización de clientes a través de internet y las redes sociales. - Saber las ventajas de la segmentación de la cartera de clientes y desarrollar técnicas para llevar a cabo una segmentación eficaz. - Aprender a diseñar un programa de fidelización eficaz y rentable.
12721	Fundamentos del plan de marketing en internet. COMM025PO	30	Identificar los elementos de un plan de marketing en internet y del diseño de una web comercial efectiva:
23092	Fundamentos para la creación de tiendas virtuales y desarrollo de la actividad comercial online. COMT017PO	75	Identificar los aspectos básicos relativos a las principales prestaciones de internet relacionadas con la actividad empresarial y comercial en red y puesta en marcha de una tienda virtual. Conocer cómo las TIC han modificado los hábitos de consumo y, consecuentemente, la forma de operar de las empresas. Saber cuáles son los aspectos clave que hacen posible el desarrollo del negocio digital en el contexto de la sociedad de la información. Estar al tanto de las soluciones para la creación de tiendas online y las técnicas del marketing digital que hacen posible el comercio electrónico.

10982	Generación de modelos de negocio	70	- Conocer las habilidades, destrezas, capacidades y conocimientos que deben tener los emprendedores. - Conocer los diferentes modelos de negocio a partir de los cuales se pueden crear las empresas. - Diferenciar las fuentes de financiación de las que pueden obtener recursos las empresas. - Distinguir los trámites necesarios para la creación de empresas. - Conocer los factores que intervienen en el desarrollo de la actividad empresarial.
17635	Gestión de comunidades virtuales. COMM006PO	100	- Adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar las funciones propias del perfil de community manager, utilizando las redes sociales, a partir del plan de marketing digital definido. - Comprender las principales funciones y responsabilidades del puesto de trabajo de community manager. - Identificar los elementos básicos del marketing y la comunicación 2.0. - Describir las posibilidades de las redes sociales para las empresas. - Desarrollar un plan de marketing digital.
41259	Gestión de la atención al cliente/consumidor. COMV0108 - Actividades de venta 3.1	60	- Analizar las características de una empresa / organización para transmitir la imagen más adecuada. - Aplicar los procedimientos adecuados para la obtención de información necesaria en la gestión de control de calidad del servicio prestado por una empresa/organización.
21442	Gestión de ventas, marketing directo y utilización de redes en la gestión comercial. COMT040PO	100	- Aplicar técnicas de marketing directo y digital a la gestión de ventas y de relación con los clientes. - Conocer en profundidad los elementos clave de una buena gestión comercial a fin de que una empresa, negocio o actividad profesional pueda contar con una buena base para implementar una correcta estrategia de ventas y una adecuada atención al cliente. - Saber cuáles son las principales herramientas de gestión comercial para dar impulso a los negocios, y descubrir cómo es el procedimiento para llevar a cabo eventos comerciales de éxito para promocionar la actividad. - Descubrir el marketing directo como conjunto de estrategias elementales que conforman el plan de marketing de un negocio, con el fin de movilizar a los clientes potenciales y provocar respuestas a estímulos a través de eventos debidamente planificados. - Abordar el marketing digital como parte fundamental del plan de marketing de una empresa. Reconocer los canales de comunicación online y otras herramientas web que no solo alimentarán al negocio de nuevos leads, sino que ayudarán también a fidelizar a los clientes con la marca.
14421	Gestión del marketing 2.0. COMM040PO	90	- Utilizar las técnicas de marketing 2.0, y reconocer sus aplicaciones en la reputación y presencia web de las organizaciones. - Conocer la tecnología web 2.0, qué es, cuáles son las tecnologías asociadas y sus ventajas y desventajas. - Conocer e identificar tanto los medios publicitarios tradicionales como los medios publicitarios derivados de las nuevas tecnologías y la web 2.0. - Reconocer la potencialidad del email marketing para llevar a cabo campañas de marketing con el objetivo de aumentar las ventas de un determinado producto o servicio en las empresas. - Identificar la forma en la que podemos posicionar los desarrollos o sitios web en los buscadores usando para ello las palabras clave y el SEO y SEM. - Reconocer cómo monitorizar en tiempo real las redes sociales. - Entender el funcionamiento de las campañas virales y sus componentes. - Conocer, gestionar y planificar una buena reputación online. - Conocer el proceso de analítica web.

20321	Habilidades comerciales. COMT051PO	60	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir conocimientos para el desarrollo de habilidades comerciales y conocer, analizar y acercarse a los hábitos de los clientes y el proceso y las técnicas de venta para garantizar su cierre. - Identificar la proactividad comercial y su importancia. - Describir el proceso de atención telefónica de clientes. - Conocer las características de la entrevista comercial en atención al cliente. - Concretar las necesidades de los clientes para una mejor atención. - Descubrir el proceso de argumentación comercial. - Dominar el tratamiento de objeciones. - Identificar el cierre de ventas como una actividad decisiva en la actividad comercial. - Conseguir la fidelización de clientes y sus implicaciones en la empresa. - Descubrir los elementos que influyen en la atención eficaz al cliente. - Establecer la influencia de la comunicación no verbal en el éxito de una venta. - Descubrir técnicas eficaces para el cierre de ventas.
28708	Habilidades de comunicación con el cliente para vendedores. COMT052PO	50	<ul style="list-style-type: none"> - Dominar las técnicas de comunicación necesarias para mantener una relación eficaz en el proceso de venta, manejando las técnicas comerciales que deben utilizar en el mismo. - Identificar las mejores cualidades de un vendedor, así como las necesidades de los clientes. - Ensalzar el concepto de venta como elemento clave de la actividad empresarial, que sirve de importante instrumento de comunicación entre empresas, proveedores, clientes y consumidores. - Comprender cómo fluye el proceso de toma de decisiones en la compra, a fin de saber ejercer influencias en el comportamiento del consumidor. - Descubrir las peculiaridades de los mercados masivos y los productos comercializados en ellos a fin de tener la oportunidad de acceder a los beneficios que ofrece la venta de productos en este tipo de mercado valorando también sus inconvenientes. - Entender las competencias personales y profesionales que debe reunir una persona para ser un buen comercial de las ventas, así como su perfeccionamiento. - Abordar los entresijos que implica el saber usar con eficacia técnicas de negociación como instrumento del vendedor para alcanzar el éxito en el proceso de la venta.
12365	Herramientas tecnológicas al servicio de la gestión comercial de clientes. COMM087PO	60	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar y gestionar actividades comerciales con clientes aplicando herramientas tecnológicas que optimicen los procesos de gestión, seguimiento y fidelización de clientes y faciliten la consecución efectiva de los objetivos comerciales definidos. - Realizar la planificación de la acción comercial del equipo de ventas. - Llevar a cabo acciones comerciales bien planificadas y organizadas que conduzcan al éxito. - Utilizar un CRM para la implantación de un adecuado plan de fidelización. - Realizar una estrategia de marketing comercial centrada en el cliente. - Realizar un proyecto de fidelización de clientes a través de su vinculación. - Utilizar la proactividad como habilidad estratégica dentro de equipos de trabajo. - Emplear estrategias y herramientas 2.0 destinadas a la gestión comercial.
40139	Inglés profesional para actividades comerciales. COMV0108 - Actividades de venta 3.1	90	<ul style="list-style-type: none"> - Interpretar la información de un discurso oral, en lengua estándar, tanto en vivo como retransmitido, en distintas situaciones-tipo de relación con un cliente/consumidor. - Interpretar de forma eficaz información relevante contenida en textos escritos y documentos comerciales básicos utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas. - Producir mensajes orales en situaciones de relación con un cliente para satisfacer sus necesidades. - Redactar y cumplimentar documentación comercial básica utilizando las herramientas de interpretación, manuales e informáticas, y fuentes de información adecuadas. - Interactuar oralmente con fluidez y espontaneidad, en situaciones de relación de comunicación interpersonal con un cliente/consumidor.

46020	Interacción con clientes. La escucha activa. COMT058PO	24	- Planificar lo que requiere realizar una escucha activa y conseguir una óptima interacción con los clientes. - Construir un diagnóstico que permita evaluar los puntos de mejora en la escucha para que se favorezca una mejor interacción. - Conocer las habilidades y sentidos que entran en juego en el éxito de todo el proceso de la venta y la posventa para un vendedor o un responsable de un negocio. - Conocer las posibilidades a la hora de elaborar nuestro propio método de escucha. - Conocer las posibilidades con las que contamos a la hora de realizar dinámicas en el equipo que fomenten la escucha activa.
13304	La comunicación con storytelling	30	Introducir el storytelling como herramienta de comunicación mediante el análisis de su proceso de creación y el uso de diferentes herramientas para la mejora y búsqueda de éxito. - Definir las características y objetivos del storytelling, así como los diferentes tipos y formatos para la comprensión de sus beneficios y oportunidades. - Analizar el proceso de creación del storytelling, desde la importancia de la creatividad a algunos consejos para su desarrollo. - Determinar la importancia de las emociones al aplicar el storytelling, como criterio fundamental para la recepción de mensajes, el desarrollo de la empatía y el feedback, y el fomento de un liderazgo de impacto positivo. - Identificar las herramientas eficaces para la mejora e innovación del storytelling y la facilitación del éxito en los resultados de una organización.
10672	Manipulación de cargas con carretillas elevadoras. COML0110 - Actividades auxiliares de almacén 3.1	50	- Identificar las condiciones básicas de manipulación de materiales y productos para su carga o descarga en relación con su naturaleza, estado, cantidades, protección y medios de transporte utilizado. - Clasificar y describir los distintos tipos de paletización, relacionándolos con la forma de constitución de la carga a transportar. - Interpretar y aplicar la normativa referente a la prevención de riesgos laborales y de la salud de los trabajadores. - Interpretar la simbología utilizada en las señalizaciones del entorno y en los medios de transporte. - Identificar los elementos de las máquinas previstos para la conducción segura, así como las operaciones de mantenimiento de primer nivel. - Manipular cargas y/o conducir carretillas, efectuando operaciones convencionales de carga, transporte y descarga de materiales o productos, teniendo en cuenta las medidas de seguridad, prevención de riesgos y señalización del entorno de trabajo. - Enumerar las condiciones básicas para transportar y abastecer de materias primas y materiales a las líneas de producción. - Cumplimentar en el soporte establecido por la empresa, la documentación generada por el movimiento de carga.
20835	Manipulación y movimientos con transpalés y carretillas de mano. COMT0211 - Actividades auxiliares de comercio 3.1	50	- Diferenciar las funciones y características de los equipos de trabajo móviles, transpalés, manuales y eléctricos, y carretillas de mano utilizados habitualmente en la manipulación y movimientos de productos. - Conducir transpalés y carretillas de mano, con seguridad y eficacia, a partir de órdenes de movimiento y reparto, realizando distintas maniobras y garantizando la estabilidad de la carga. - Adoptar las medidas y recomendaciones de seguridad y salud en la manipulación y movimiento de cargas con equipos de trabajo móvil sencillos, en base a las normas específicas de seguridad y salud. - Interpretar la señalización y normas de circulación al manejar equipos de trabajo móvil, transpalé o carretilla de mano en distintas superficies o espacios de trabajo. - Diferenciar los elementos y criterios a considerar en el recorrido/ruta de reparto de proximidad, a partir de distintas órdenes de reparto o movimiento. - Aplicar técnicas y pautas específicas de mantenimiento de primer nivel y detección de anomalías de transpalés carretillas u otro equipo de trabajo móvil sencillo, de acuerdo con las especificaciones del fabricante.
18752	Marketing básico en medios sociales. COMM045PO	25	- Aplicar técnicas básicas para la creación de contenidos, conversación y escucha en los medios sociales de las nuevas comunidades virtuales, así como medición de la actividad. - Conocer el concepto de web 2.0 en la empresa y su evolución. - Saber cómo se gestionan las redes sociales de forma profesional. - Ser capaz de interpretar los datos y estadísticas en redes sociales y realizar un informe Social Media profesional.

13306	Marketing de contenidos: posicionamiento de marca	30	Analizar el marketing de contenidos actual, la elaboración de un plan y las estrategias de posicionamiento más eficaces en la red. - Reconocer los principales conceptos y estrategias de marketing de contenidos, así como los beneficios y errores más comunes en la actualidad. - Enumerar los pasos y estrategias necesarias para definir un plan de marketing de contenidos que resulte efectivo y significativo. - Aplicar diferentes herramientas y estrategias para la adquisición de posicionamiento de la marca personal, desde consejos básicos hasta la gestión de tu huella digital.
13235	Marketing en Facebook. Marketing a través de las principales Redes Sociales	15	- Utilizar Facebook para conseguir mejores resultados en el ámbito empresarial, mediante el marketing en esta red social. - Diseñar una estrategia adecuada para el éxito de un perfil de empresa en Facebook. - Diseñar una estrategia de marketing en Facebook. - Utilizar aplicaciones de gestión y análisis de Facebook para mejorar tus resultados en esta red social. - Realizar acciones complementarias para que la estrategia de marketing en Facebook de una empresa tenga éxito. - Implementar técnicas de análisis de rendimiento del marketing en Facebook, con el objetivo de analizar el retorno de la inversión.
28629	Marketing en Instagram. Marketing a través de las principales Redes Sociales	15	- Conocer cómo funciona Instagram y la actividad que se desarrolla en esta red. - Elaborar una estrategia de marketing en Instagram. - Diseñar un plan integral de actuación en Instagram. - Utilizar las herramientas necesarias para gestionar una estrategia de Instagram. - Aplicar métodos y/o acciones que mejoren las publicaciones y perfiles de Instagram. - Analizar las métricas que son importantes a la hora de valorar las acciones realizadas en Instagram.
13780	Marketing en LinkedIn. Marketing a través de las principales Redes Sociales	15	- Usar apropiadamente LinkedIn para conseguir mejores resultados, a través del uso diario y del marketing en esta red social, para la empresa. - Realizar un uso de LinkedIn eficaz para ampliar la clientela del negocio y la red de contactos profesionales. - Diseñar una estrategia general de marketing de contenidos para potenciar la imagen de la empresa en LinkedIn. - Aplicar una estrategia de marketing de contenidos en LinkedIn. - Realizar acciones complementarias de marketing en LinkedIn para conseguir que la estrategia de una empresa en esta red social tenga éxito. - Implementar técnicas de análisis de rendimiento de las campañas de marketing en LinkedIn, con la finalidad de conocer y mejorar, si es preciso, el retorno de la inversión realizada en estas campañas.
12537	Marketing en Twitter. Marketing a través de las principales Redes Sociales	15	- Utilizar Twitter para conseguir mejores resultados en el ámbito empresarial, mediante el marketing en esta red social. - Utilizar aplicaciones de gestión y análisis de Twitter para mejorar tus resultados en esta red social. - Identificar a la comunidad de posibles clientes en Twitter, para interactuar de modo correcto con la misma. - Diseñar una estrategia de contenidos adecuada para el éxito de una cuenta empresarial en Twitter. - Diseñar una estrategia de marketing en Twitter. - Realizar acciones complementarias para que la estrategia de marketing en Twitter de una empresa tenga éxito. - Implementar técnicas de análisis de rendimiento del marketing en Twitter, con el objetivo de analizar el retorno de la inversión.

19122	Marketing online: Diseño y promoción de sitios web. COMM031PO	30	- Realizar las operaciones básicas de diseño y promoción de sitios web teniendo en cuenta el comportamiento del cliente online, la navegabilidad y las técnicas de publicidad online, a partir del marketing online. - Comprender el funcionamiento del marketing en internet para la adecuada puesta en marcha de un plan estratégico de internet marketing en la empresa. - Elaborar un plan de marketing enfocado al buen desarrollo de un negocio que quiera comenzar a vender sus productos y/o servicios a través de internet. - Definir las características generales de los consumidores y cómo se comportan en su proceso de compra. - Conocer la manera más eficiente de construir y mantener un sitio web de cara a su éxito en el ámbito del marketing online. - Conocer las pautas y criterios más importantes para mejorar la navegabilidad y la experiencia de usuario en un sitio web. - Conocer las pautas y criterios más importantes para mejorar la experiencia de usuario y el posicionamiento de un sitio web. - Conocer recomendaciones y pautas relevantes sobre la publicidad online y sus formas de contratación. - Reforzar conocimientos sobre marketing online y aprender nuevas técnicas, complementarias, de marketing offline.
20199	Marketing y reputación online: comunidades virtuales. COMM085PO	180	- Adquirir los conocimientos necesarios para desempeñar las funciones propias del perfil de Community Manager, desarrollar un plan de marketing online en su totalidad, así como llevar a cabo las actuaciones necesarias para la gestión de reputación online de la empresa y mejorar su posicionamiento web. - Conocer fundamentos básicos acerca de la importancia y el uso de las redes sociales para mejorar los resultados de una empresa de tamaño medio. - Conocer cómo crear contenidos sociales para impulsar el marketing empresarial con éxito. - Conocer aspectos básicos sobre el marketing online. - Reconocer cómo puede el marketing online ayudar a mejorar los resultados empresariales de las pequeñas y medianas empresas. - Adquirir pautas básicas para obtener un buen posicionamiento de los buscadores de internet. - Utilizar las principales herramientas de gestión y análisis que pueden utilizar las empresas para mejorar sus resultados en Social Media Marketing. - Comprender en qué consiste una comunidad virtual y cuáles son sus tipos. - Distinguir los mejores métodos de moderación y gestión de contenidos. - Saber llevar a cabo la gestión de la reputación online en un ámbito empresarial.
19129	Marketing-Mix básico en Internet y gestión online de clientes. COMM088PO	30	- Adquirir los conocimientos necesarios sobre comercio electrónico y marketing en internet y determinar todos los elementos a tener en cuenta para gestionar de forma autónoma y responsable una empresa. Orientado a administrativos y técnico comerciales. - Comprender el papel de las nuevas tecnologías digitales en las empresas de hoy en día, desde el producto ofrecido hasta el cliente final. - Conocer las características principales del comercio electrónico, y los conceptos básicos que se manejan en este ámbito. - Profundizar en aspectos de base del marketing-mix. - Aprender a realizar un estudio detallado de procesos e instrumentos esenciales en la publicidad online. - Conocer cuáles son las transacciones seguras y medios de pago con los que se puede pagar actualmente a través de internet. - Conocer cuál es el papel que desarrolla el CRM en las empresas, y por qué se ha convertido en un sistema esencial para el buen funcionamiento de las mismas.
25568	Mejora de gestión de stocks y beneficios en el comercio. COML016PO	50	- Mejorar la gestión del stock de un comercio, concienciando sobre la influencia del stock en los beneficios del comercio y utilizando modelos digitales para la gestión de stock. - Diseñar el stock de acuerdo a los criterios, necesidades y niveles de actividad previstos. - Reconocer la importancia que ejerce la gestión de las mercancías en los beneficios del comercio. - Reconocer los gastos y costes de la gestión de stock para tomar decisiones respecto a los mismos. - Optimizar la gestión del almacén mediante la herramienta de un reaprovisionamiento adecuado. - Relacionar la importancia del uso de la tecnología con la gestión del stock.

15367	Negocios online y comercio electrónico. COMT027PO	80	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar los aspectos necesarios para la creación, desarrollo y gestión de negocios online: la creación de un posicionamiento, el desarrollo de contenidos, creación de las ofertas y servicios, la integración con el negocio tradicional, así como dominar los aspectos más operativos y fundamentales de dinamización. - Desarrollar un plan estratégico de comercio electrónico. - Definir la mejor estrategia para poner en marcha un negocio online. - Definir la mejor estrategia para construir adecuadamente una página web enfocada al comercio electrónico. - Detectar los principales aspectos de la normativa jurídica española que afectan al desempeño del comercio electrónico. - Definir adecuadamente el modelo de negocio y elegir la forma de financiación más adecuada. - Saber poner en práctica las principales estrategias de captación de clientes enfocadas al comercio electrónico. - Poner en práctica nuevas técnicas de marketing online para fidelizar a la clientela y, en consecuencia, aumentar las ventas. - Saber identificar las principales características del comercio internacional y cómo aprovecharlas a la hora de gestionar un negocio online. - Adquirir conocimientos sobre las principales características, estrategias y retos de la logística aplicada al comercio electrónico, para trasladarlas a la gestión de un e-Commerce. - Conocer las características de los principales métodos de pago electrónicos y aplicarlos a los negocios online. - Impulsar un comercio electrónico a través de los e-Marketplaces.
20434	Operaciones auxiliares de almacenaje. COML0110 - Actividades auxiliares de almacén 3.1	80	<ul style="list-style-type: none"> - Diferenciar las funciones y características de distintos tipos de almacén, sus zonas y equipo de trabajo, en empresas/organizaciones tanto industriales como comerciales y de servicios. - Interpretar la información y elementos básicos de la documentación, órdenes de trabajo y registro habituales de las operaciones propias del almacén tales como recepción, almacenaje, carga u otras. - Identificar los criterios de actuación, integración y cooperación profesional propios del operario de almacén para ofrecer un servicio de almacén de calidad. - Relacionar las medidas de prevención de riesgos que deben tomarse en los accidentes habituales de las operaciones y manipulación de cargas en el almacén. - Manejar equipos básicos de etiquetado, localización y recuento propios de las actividades y operaciones del almacén cumpliendo las normas de seguridad y salud. - Valorar la necesidad e implicaciones de mantener el orden y limpieza en el almacén para la realización efectiva de las operaciones. - Realizar las operaciones de mantenimiento de primer nivel de los medios móviles y equipo de trabajo propios de la manipulación de mercancías en el almacén.
40488	Operaciones auxiliares en el punto de venta. COMT0211 - Actividades auxiliares de comercio 3.1	90	<ul style="list-style-type: none"> - Diferenciar los sistemas y zonas habituales de distribución y organización de productos en distintos tipos de superficies comerciales. - Montar los elementos y expositores utilizados habitualmente para la animación, exposición y presentación de productos en el punto de venta, siguiendo las instrucciones y aplicando criterios comerciales, orden y limpieza. - Colocar distintos tipos de productos en estanterías, expositores o mobiliario específico del punto de venta en base a instrucciones escritas, gráficas o planogramas respetando las características de los productos y las normas de seguridad, higiene postural y prevención de riesgos. - Manejar equipos de localización, etiquetado, recuento y dispositivos de seguridad de productos, con soltura y eficacia, respetando las instrucciones del fabricante. - Aplicar técnicas de empaquetado y presentación atractiva, en función de las características de distintos tipos de productos y objetivos comerciales, utilizando los materiales necesarios de forma eficiente. - Aplicar criterios y procedimientos de organización y mantenimiento del orden y limpieza propios y del punto de venta, utilizando el material y equipo de limpieza necesario.
41257	Operaciones de caja en la venta. COMV0108 - Actividades de venta 3.1	40	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar los procedimientos de registro y cobro de las operaciones de venta manejando los equipos y técnicas adecuadas. - Diferenciar las características de distintos sistemas y medios de pago en distintos tipos de operaciones de ventas.

41230	Organización de procesos de venta. COMV0108 - Actividades de venta 3.1	60	- 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.
45501	Organización del almacén. COML019PO	30	- Identificar las mercancías a almacenar, así como la aplicación de las distintas técnicas de distribución y organización de espacios para gestionar los recursos humanos y materiales de un almacén. - Introducir los conceptos básicos referentes al almacenaje y la clasificación de los almacenajes dependiendo de las existencias y el tipo de material almacenado. - Establecer las zonas comunes que componen un almacén logístico. - Desarrollar los conceptos básicos que debe cumplir un almacén logístico en su fase de diseño. - Reconocer los distintos medios mecánicos de mantenimiento que se utilizan en un almacén. - Conocer los elementos básicos que intervienen en el proceso logístico desde que se encuentra en el origen (almacén) hasta que llega al destino (cliente). - Introducir los aspectos básicos de organización y funcionamiento que se encuentran dentro del proceso logístico de una empresa. - Establecer la interrelación que tienen los distintos departamentos de una empresa con el almacén. - Analizar la evolución que han sufrido las nuevas tecnologías en los ámbitos personales y profesionales. - Reconocer los riesgos habituales que se encuentran al desempeñar el trabajo en un almacén.
11717	Orientación al cliente	30	Conocer los principios básicos en relación con la atención, satisfacción y orientación al cliente, haciendo uso de diferentes estrategias tanto comunicativas como de servicio para lograr alcanzar su fidelización. - Identificar la perspectiva más adecuada para que una organización sea orientada al cliente. - Reconocer modelos de empresa enfocados a la mejora de la organización orientada al cliente. - Aplicar herramientas para conocer al cliente y sus necesidades y mejorar así el servicio. - Transformar los indicadores de clientes insatisfechos en oportunidades para la mejora y el desarrollo de la organización. - Emplear diferentes programas de fidelización basados en calidad. - Examinar habilidades comunicativas que se consideren fundamentales a la hora de orientar y tratar con el cliente.
23674	Perfil y funciones del gestor de comunidades virtuales. COMM005PO	80	Identificar las funciones propias del perfil de Community Manager en una empresa. Adquirir las habilidades necesarias para gestionar los perfiles en redes sociales de una empresa. Actuar como portavoz de una empresa en redes sociales, favoreciendo su imagen de marca y su reputación online. Obtener habilidades para gestionar las principales redes sociales. Conocer cómo se miden y evalúan las acciones llevadas a cabo en redes sociales.
14290	Posicionamiento en la web para el emprendimiento. COMM061PO	90	- Aplicar técnicas de posicionamiento de páginas web a la hora de emprender un negocio, tanto las correspondientes al posicionamiento natural o SEO, como la creación de campañas de publicidad online (SEM), a la vez que aprender a ejecutar acciones que hagan que un nuevo negocio se sitúe entre los primeros puestos en los resultados de las búsquedas que realizan los usuarios en Google, Yahoo, MSN y otros buscadores, y obtener los conocimientos básicos para diseñar una web 3.0 como estrategia para dar mayor presencia a un negocio. - Abordar la construcción de conocimientos básicos para el diseño de páginas web para empresas de nueva creación o ideas de emprendimiento, con el fin de que el negocio cuente con una buena presencia online. - Adquirir técnicas y conocimientos esenciales para la adecuada gestión en el posicionamiento de la web, que, unido a la puesta en marcha de estrategias de marketing, impulse el negocio a las primeras posiciones de búsqueda de resultados en los principales buscadores de internet. - Abordar los conocimientos necesarios para llevar a la práctica, como emprendedor de un negocio con presencia online, los análisis necesarios para valorar las respuestas de los usuarios a la propuesta empresarial, además de adquirir conocimientos de gestión en el diseño del sitio web del negocio.

10671	Preparación de pedidos. COML0110 - Actividades auxiliares de almacén 3.1	40	- Interpretar la información contenida en órdenes de pedido de distinta naturaleza o de diferentes tipos de empresas o almacenes, tanto de carácter comercial como industrial. - Interpretar la simbología y recomendaciones básicas en la manipulación manual, conservación y embalaje de pedidos de mercancías/productos de distinta naturaleza. - Aplicar las medidas y normas de manipulación en el pesaje y acondicionamiento de pedidos, de forma manual y utilizando el equipo de manipulación habitual en la preparación de pedidos de acuerdo con unas órdenes y con la normativa de seguridad, higiene y salud. - Realizar distintos tipos de preparación de pedidos y su embalaje, tanto de forma manual como con el equipo de embalaje, aplicando los criterios de etiquetado, peso, volumen y visibilidad de los productos o mercancías a partir de diferentes órdenes de pedido.
11092	Preparación de pedidos. COMT0211 - Actividades auxiliares de comercio 3.1	40	- Interpretar la información contenida en órdenes de pedido de distinta naturaleza o de diferentes tipos de empresas o almacenes, tanto de carácter comercial como industrial. - Interpretar la simbología y recomendaciones básicas en la manipulación manual, conservación y embalaje de pedidos de mercancías/productos de distinta naturaleza. - Aplicar las medidas y normas de manipulación en el pesaje y acondicionamiento de pedidos, de forma manual y utilizando el equipo de manipulación habitual en la preparación de pedidos de acuerdo con unas órdenes y con la normativa de seguridad, higiene y salud. - Realizar distintos tipos de preparación de pedidos y su embalaje, tanto de forma manual como con el equipo de embalaje, aplicando los criterios de etiquetado, peso, volumen y visibilidad de los productos o mercancías a partir de diferentes órdenes de pedido.
11692	Presentación de comunicaciones en los medios. COMM008PO	8	Realizar presentaciones en público ante los medios de comunicación o ante amplios auditorios. - Desenvolverse con soltura en intervenciones en medios de comunicación audiovisuales. - Realizar un discurso escrito comprensible y fluido definiendo la metodología y estrategia a seguir. - Desarrollar habilidades para el desempeño del liderazgo en comunicación. - Conocer los cambios que la llegada de internet y las redes sociales han introducido en la forma de comunicar, aplicándolos en la estrategia de la empresa.
14480	Redes sociales y marketing 2.0. COMM092PO	60	Diferenciar las características del entorno 2.0, la nueva comunicación on-line y el impacto de las redes sociales y todas las posibilidades que nos ofrecen para proyectar la imagen/marca a través de la web social. También gestionar la imagen de su empresa en internet a través de las redes sociales y adecuar los contenidos para internet, en base a las necesidades de los usuarios. Finalmente establecer objetivos de comunicación en redes sociales y elaborar un plan de comunicación y su implementación. - Determinar cómo hay que aplicar el protocolo en las diferentes situaciones y contextos. - Analizar la evolución del marketing y de su relación con las relaciones públicas a lo largo del tiempo. - Comprender las principales funciones y responsabilidades del perfil del community manager profesional. - Conocer las principales redes sociales que las empresas pueden usar a nivel profesional.
12718	Requisitos legales para crear una tienda online	15	- Realizar los trámites para la creación de una tienda online. - Aplicar la normativa legal para ofrecer un adecuado servicio al consumidor. - Realizar el proceso de facturación en una tienda online. - Implantar en la web los diferentes softwares o plugins que son de ayuda para cumplir las obligaciones legales de una tienda online.

27891	Social media marketing y gestión de la reputación online. COMM091PO	40	<ul style="list-style-type: none"> - Caracterizar el nuevo contexto empresarial surgido con las redes sociales y el cambio cultural que supone, aprendiendo a adaptar las estrategias empresariales a las nuevas necesidades de consumo, de comunicación y de generación de oportunidades de negocio a través de las redes sociales y las nuevas tecnologías. - Definir el nuevo escenario empresarial surgido a través de las redes sociales, las cuales han protagonizado un cambio de tendencia en la comunicación y el consumo, obligando a las empresas a crear diferentes estrategias para dar cobertura a las nuevas demandas del mercado. - Comprender las claves de la eficiente gestión corporativa en la creación y publicación de contenidos sociales para optimizar la actividad del negocio. - Abordar el concepto SMO (social media optimization) como una de las utilidades básicas del marketing digital comprendiendo su mecánica y su influencia en la actividad comercial del negocio y la importancia de sus herramientas. - Identificar las variables que pueden repercutir favorablemente para la optimización del posicionamiento de un sitio web en internet. - Entender la gestión de contenidos en las comunidades virtuales como herramienta empresarial para ejercer influencia en la fidelización de clientes. - Descubrir la figura del community manager, sus funciones y responsabilidades dentro de la labor profesional que requiere la gestión de contenidos en social media. - Conocer la gestión ORM como recurso que ayuda a labrar la predisposición positiva de los usuarios hacia una marca.
41261	Técnicas de información y atención al cliente/consumidor. COMV0108 - Actividades de venta 3.1	60	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de atención / asesoramiento al cliente. - Aplicar técnicas de organización de la información, tanto manuales como informáticas. - Manejar como usuario aplicaciones informáticas de control y seguimiento de clientes o base de datos y aplicar procedimientos que garanticen la integridad, seguridad, disponibilidad y confidencialidad de la información almacenada.
11595	Técnicas de negociación	30	<ul style="list-style-type: none"> Identificar los conocimientos fundamentales para ser un buen negociador. - Seleccionar las estrategias y tácticas básicas para afrontar con un éxito una negociación. - Desarrollar la habilidad de negociación. - Especificar las técnicas concretas que faciliten la negociación. - Aplicar técnicas específicas para la mejora de la comunicación en los procesos de negociación. - Conocer características para ser un buen negociador.
45562	Técnicas de proceso de venta y posventa. COMT097PO	20	<ul style="list-style-type: none"> - Adquirir los conocimientos elementales en cuanto al cliente, al vendedor y al proceso de venta y posventa que permitan al trabajador desempeñar su labor de manera adecuada. - Identificar la figura del comercial. - Identificar la figura del cliente y sus principales comportamientos. - Descubrir cómo se prepara adecuadamente el proceso de venta. - Desarrollar las diferentes fases que componen el proceso de venta. - Explicar cómo es y cómo se lleva a cabo el cierre del proceso de venta. - Definir los principales servicios posventa. - Desarrollar los conceptos de comunicación y comunicación comercial. - Conocer la principal normativa relacionada con los diferentes sectores que afectan al proceso de venta.
11591	Técnicas de venta	30	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar a personas que estén interesadas en desarrollar su carrera profesional en el área comercial los conocimientos, destrezas y actitudes requeridos para poder desempeñar las tareas propias del profesional de ventas. - Conocer aspectos básicos en el sector de las ventas como el concepto de producto y los distintos tipos de venta. - Aprender las habilidades básicas necesarias para ser un buen vendedor. - Identificar a los distintos tipos de clientes y detectar sus necesidades. - Desarrollar técnicas de comunicación que ayuden al vendedor en el proceso de venta. - Conocer cuáles son las etapas por las que pasa cualquier proceso de venta.
41232	Técnicas de Venta. COMV0108 - Actividades de venta 3.1	70	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización distinto de Internet. - Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos. - Aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

11696	Tecnologías aplicadas a la venta y atención al cliente. COMT071PO	20	Emplear las herramientas telemáticas disponibles para conseguir una atención integral al cliente. - Analizar los procesos de atención al cliente, identificando los aspectos necesarios para proporcionar un buen servicio al cliente. - Utilizar las nuevas herramientas tecnológicas para la atención al cliente en la empresa. - Analizar las herramientas y medios tecnológicos para la creación de tiendas virtuales, y su influencia en el aumento de las ventas.
16987	Tienda virtual: Prestashop. COMT099PO	60	- Crear y mantener una tienda virtual basada en el sistema Open Source PrestaShop 1.7, incluyendo su personalización, así como su implementación para atraer nuevos clientes, realizando promociones gratuitas y de pago del comercio. - Saber instalar una tienda virtual con PrestaShop 1.7. - Personalizar una tienda virtual para abrir el mercado al e-Commerce, ampliando la cartera de clientes y la imagen en internet. - Aprender todo lo necesario para poder configurar y gestionar una tienda online de PrestaShop, desde dar de alta a tus empleados hasta gestionar a los clientes y sus pedidos. - Saber crear y gestionar el catálogo de productos, añadiendo categorías, productos y todas sus posibles combinaciones para un buen servicio de tu tienda. - Saber instalar y configurar los métodos de pago y transporte con el fin de dar un buen servicio a tus clientes. - Aprender a añadir características y atributos a los productos de la tienda PrestaShop. Comprender cómo crear y configurar impuestos añadidos como el IVA. Mantener actualizada la versión de PrestaShop y sus módulos. - Saber cómo conseguir más clientes y una buena imagen de la marca a base del formato de presentación de tus productos, SEO y campañas de publicidad, tanto en buscadores como en redes sociales.
11601	Tutor de empresa	30	Identificar los principales conceptos relacionados con la figura del tutor de empresa, así como sus acciones y soportes durante el proceso de tutorización. - Conocer los conceptos y funciones del tutor de empresa como gestor de personas. - Analizar el desarrollo y planteamiento del plan de acogida por parte del tutor de empresa. - Establecer los procesos y acciones implicadas en la acción tutorial, desde el acompañamiento hasta el planteamiento de una retroalimentación constructiva. - Identificar algunos de los soportes y herramientas de tutorización, así como los distintos roles que representa el tutor dentro de la empresa.
21643	Venta de productos a través de medios interactivos o digitales: documentación. COMT121PO	30	- Identificar y aplicar procedimientos para la emisión y gestión de la documentación comercial relacionada con las actividades de comercio electrónico. - Descubrir los fundamentos básicos del comercio electrónico mediante el teléfono y diversas plataformas y canales digitales, y aprovecharlos para potenciar las ventas de una empresa. - Descubrir qué normativas y reglamentos se aplican en España al comercio electrónico. - Identificar el tipo de contratos que pueden aplicarse en un negocio de comercio electrónico y las características de la normativa que regula esta actividad. - Adquirir conocimientos básicos sobre los principales procesos administrativos de facturación que se desarrollan en un comercio electrónico. - Adquirir conocimientos sobre los principales sistemas informáticos para la facturación y emisión de documentación comercial. - Conocer los principales sistemas de información que pueden utilizarse en la venta de productos a través de medios interactivos o digitales y cuáles son sus características principales.
11684	Venta online. COMT105PO	30	- Adoptar criterios comerciales en el diseño de páginas en internet para la comercialización aplicando las técnicas de venta adecuadas, así como aplicar procedimientos de seguimiento y atención al cliente siguiendo criterios y procedimientos establecidos en las situaciones comerciales online. - Utilizar internet como canal de venta, empleando las herramientas y posibilidades que ofrece para el comercio electrónico. - Diseñar una página web con criterios de usabilidad y facilidad a la compra online adecuados, considerando el tipo de clientes internautas, sus características, motivaciones, necesidades y preferencias, así como las diferentes técnicas de venta y atención al cliente; para alcanzar la satisfacción de los mismos y su fidelización.

41251	Venta online. COMV0108 - Actividades de venta 3.1	30	- Definir las variables y utilidades disponibles en Internet -páginas web, servidores y software a nivel usuario- para la comercialización online de distintos tipos de productos y servicios. - Adoptar criterios comerciales en el diseño de páginas para la comercialización aplicando técnicas de venta adecuadas. - Aplicar procedimientos de seguimiento y atención al cliente siguiendo criterios y procedimientos establecidos en las situaciones comerciales online.
-------	--	----	---