



# PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO

MD75010205RG

Rev. 0

Página 1 de 11



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

AENOR



Empresa Registrada

UNE-EN ISO 9001



## PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA DE MÓDULO

CURSO: 2016 /2017

CICLO FORMATIVO

ACTIVIDADES COMERCIALES

MODULO

PROCESO DE VENTAS

HORAS ANUALES

HORAS SEMANALES

TEMPORALIZACIÓN

128

4

PROFESORADO QUE LA IMPARTE

LOLA GUERRERO COMINO

## PROGRAMACIÓN DIDÁCTICA

### 1.- OBJETIVOS ASOCIADOS AL MÓDULO:

- c) Analizar operaciones de compraventa y de cobro y pago, utilizando medios convencionales o electrónicos para administrar y gestionar un pequeño establecimiento comercial.
- d) Comparar y evaluar pedidos de clientes a través de los diferentes canales de comercialización, atendiendo y satisfaciendo sus necesidades de productos y/o servicios, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- e) Identificar los procesos de seguimiento y post venta, atendiendo y resolviendo, las reclamaciones presentadas por los clientes, para realizar la venta de productos y/o servicios.
- q) Analizar y utilizar los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación para aprender y actualizar sus conocimientos, reconociendo las posibilidades de mejora profesional y personal, para adaptarse a diferentes situaciones profesionales y laborales.
- r) Desarrollar trabajos en equipo y valorar su organización, participando con tolerancia y respeto, y tomar decisiones colectivas o individuales para actuar con responsabilidad y autonomía.
- s) Adoptar y valorar soluciones creativas ante problemas y contingencias que se presentan en el desarrollo de los procesos de trabajo, para resolver de forma responsable las incidencias de su actividad.
- t) Aplicar técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a su finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia del proceso.
- u) Analizar los riesgos ambientales y laborales asociados a la actividad profesional, relacionándolos con las causas que los producen, a fin de fundamentar las medidas preventivas que se van a adoptar, y aplicar los protocolos correspondientes para evitar daños en uno mismo, en las demás personas, en el entorno y en el medio ambiente.
- v) Analizar y aplicar las técnicas necesarias para dar respuesta a la accesibilidad universal y al “diseño para todos”.
- w) Aplicar y analizar las técnicas necesarias para mejorar los procedimientos de calidad del trabajo en el proceso de aprendizaje y del sector productivo de referencia.
- x) Utilizar procedimientos relacionados con la cultura emprendedora, empresarial y de iniciativa profesional, para realizar la gestión básica de una pequeña empresa o emprender un trabajo.
- y) Reconocer sus derechos y deberes como agente activo en la sociedad, teniendo en cuenta el marco legal que regula las condiciones sociales y laborales para participar como ciudadano democrático.

### COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL MÓDULO

- c) Realizar la venta de productos y/o servicios a través de los distintos canales de comercialización, utilizando las técnicas de venta adecuadas a la tipología del cliente y a los criterios establecidos por la empresa.
- m) Adaptarse a las nuevas situaciones laborales originadas por cambios tecnológicos y organizativos en los procesos productivos, actualizando sus conocimientos, utilizando los recursos existentes para el aprendizaje a lo largo de la vida y las tecnologías de la información y la comunicación.
- n) Actuar con responsabilidad y autonomía en el ámbito de su competencia, organizando y desarrollando el trabajo asignado, cooperando o trabajando en equipo con otros profesionales en el entorno de trabajo.
- ñ) Resolver de forma responsable las incidencias relativas a su actividad, identificando las causas que las provocan, dentro del ámbito de su competencia y autonomía.
- o) Comunicarse eficazmente, respetando la autonomía y competencia de las distintas personas que intervienen en el ámbito de su

trabajo.

p) Aplicar los protocolos y las medidas preventivas de riesgos laborales y protección ambiental durante el proceso productivo, para evitar daños en las personas y en el entorno laboral y ambiental.

q) Aplicar procedimientos de calidad, de accesibilidad universal y de "diseño para todos" en las actividades profesionales incluidas en los procesos de producción o prestación de servicios.

r) Realizar la gestión básica para la creación y funcionamiento de una pequeña empresa y tener iniciativa en su actividad profesional.

s) Ejercer sus derechos y cumplir con las obligaciones derivadas de su actividad profesional, de acuerdo con lo establecido en la legislación vigente, participando activamente en la vida económica, social y cultural.

## 2.- BLOQUES TEMÁTICOS

	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
	1	LA DECISIÓN DE COMPRA DEL CONSUMIDOR	8	X		
	2	EL VENDEDOR.	8	X		
	3	COMUNICACION Y TECNICAS DE VENTA	10	X		
	4	DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA	10	X		

	Nº	Título Unidad didáctica	Horas	Trimestre		
				1º	2º	3º
	5	EL INTERÉS EN LAS OPERACIONES COMERCIALES	10	X		
	6	EL DESCUENTO EN LAS OPERACIONES COMERCIALES	10	X		
	7	CONTRATO DE COMPRAVENTA CONTRATOS AFINES	12		X	
	8	EL DEPARTAMENTO DE VENTAS	12		X	
	9	EL EQUIPO DE VENTAS	12		X	
	10	DESARROLLO DE LA VENTA	12		X	
	11	DOCUMENTOS DE FORMALIZACIÓN DE LA VENTA	12			X
	12	DOCUMENTOS DE FORMALIZACIÓN DE COBRO Y PAGO	12			X

## 3. METODOLOGÍA.

#### A) METODOLOGÍA DIDÁCTICA:

En todas las unidades en las que se han estructurado los contenidos, se tratará de hacer una exposición inicial, intentando conseguir la participación de los alumnos, dando respuesta al caso práctico inicial y después realizando actividades.

1. Se comienza la unidad con **una introducción** en la cual indicaremos que queremos aprender con los contenidos de esa unidad de trabajo, los objetivos y la presentación de un guión o esquema de la unidad y como se va a evaluar dicha unidad de trabajo.
2. El profesor explica los contenidos haciendo hincapié en los **puntos más importantes** y resumiendo aquellos aspectos que resultan fundamentales, tanto en los conceptos, como aquellas partes que serán importantes a la hora de las aplicaciones.
3. El profesor plantea las **actividades a realizar**. Esto se puede hacer al final de los contenidos o en paralelo a las explicaciones conceptuales. Se procurará que en las actividades o ejercicios de cálculo más simples los alumnos trabajen de forma individual, pero para los más complejos se podrán agrupar en equipos de trabajo (por parejas).
4. Los alumnos realizan esas actividades y el profesor actúa como fuente de información, aclara dudas y comprueba el resultado de dichas actividades. Es interesante llevar a cabo **diferentes tipos de actividades**. También será conveniente proponer diferentes tipologías de actividades teóricas, prácticas, de búsqueda o consulta de información, etc.
5. Se repasan los contenidos básicos de la unidad y se explican las presentaciones de trabajos y realización de pruebas o controles correspondientes.
6. Se realizarán comentarios y trabajos para que el alumno mejore su expresión escrita.
7. Visualización de películas y videos que ilustren los temas tratados.
8. Se realizarán actividades en las que el alumno deberá hablar en público para mejorar su expresión oral.

#### B) METODOLOGÍA ORIENTADA A LA MEJORA LINGÜÍSTICA

La metodología didáctica estará orientada a la mejora de la competencia lingüística, para ello el departamento acordó en la reunión del 13 de octubre:

- Restar 0,1 punto por cada falta de ortografía en los exámenes realizados durante el curso de tal forma que el alumno preste atención a la hora de escribir en los mismos, los profesores insistirán en este punto durante la realización del examen.
- Se tendrán en cuenta los libros que el alumno lea durante el curso.
- Asimismo los alumnos tendrán que exponer ante el profesor y sus compañeros los trabajos que realicen, para mejorar su expresión oral.

#### C) METODOLOGÍA ORIENTADA AL APRENDIZAJE COOPERATIVO Y EDUCACIÓN INCLUSIVA.

Se aplicarán técnicas de aprendizaje cooperativo para potenciar el aprendizaje de todos los alumnos y facilitar la participación activa, la integración y la interacción entre ellos. Para llevar a cabo este tipo de aprendizaje los alumnos se distribuirán en pequeños equipos de trabajo para ayudarse y animarse mutuamente a la hora de realizar algunas actividades.

Al principio de curso se realizarán dinámicas que fomenten la cohesión del grupo como:

- Grupo nominal
- La pelota
- La entrevista
- La maleta etc

Posteriormente insistiremos en el trabajo en equipo fomentando la participación equitativa y la interacción entre los estudiantes. Para ello utilizaremos algunas estructuras cooperativas tanto simples como complejas:

- La lectura compartida
- 1-2-4
- Parada de tres minutos
- Lápices al centro
- Rompecabezas
- Grupos de investigación etc

#### 4.- EVALUACIÓN Y RECUPERACIÓN

La evaluación requiere realizar unas observaciones de manera sistemática, que permitan emitir un juicio sobre el rumbo del proceso de enseñanza aprendizaje, los instrumentos utilizados para ello deben ser variados y podrán incluir:

- Preguntas orales en clase.

- Uso de la plataforma moodle
  - Realización, entrega y exposición de cuestiones, ejercicios...
  - Asistencia y participación en clase
  - Pruebas escritas
- Modo de enfrentarse a las tareas, refuerzos eficaces, nivel de atención, interés por la materia, motivación, etc.

#### 4.1.- VALORACIÓN DE LOS CONTENIDOS

EVALUACIÓN DE CONTENIDOS	PORCENTAJE
ACTIVIDADES	30%( <i>excepto tercer parcial que será un 10%</i> )
Pruebas escritas	70%
Trabajo final	20%( <i>sólo en el tercer parcial</i> )

#### 4.2.- MEDIDAS DE RECUPERACIÓN

##### 4.2.a En las evaluaciones.

La nota de cada parcial será la nota obtenida en las actividades (máximo 3 puntos, excepto en el tercer parcial que será de 1 punto máximo) más el 70% de la nota media de los exámenes realizados en el trimestre, siempre y cuando la nota sea superior a 4 en cada uno de los exámenes de cada parcial y el alumno tenga entregadas el 80 % de las actividades. Si en alguno de los exámenes realizados en el parcial o en su recuperación, obtiene una nota inferior a 4 o no tiene entregadas el 80% de las actividades, la calificación que aparecerá en ese parcial será como máximo de 4 y tendrá que recuperar todo el parcial o algún tema en la convocatoria ordinaria. La nota de las recuperaciones será como máximo de 5.

##### 4.2.b.- Para convocatoria ordinaria:

Los alumnos con algún parcial pendiente de recuperar podrán presentarse a la prueba ordinaria con la totalidad del parcial. Siendo la nota máxima de 5 para los alumnos que recuperen. Esta prueba se realizará en el mes de junio. La calificación de la evaluación ordinaria es la media de las calificaciones de todos los parciales.

Asimismo, los alumnos que deban ir a la convocatoria de ordinaria con algún parcial pendiente tendrán la obligación de asistir a clase durante el mes de Junio,

Los alumnos que hayan superado todos los parciales podrán asistir a clase para subir nota y realizarán un trabajo general de toda la materia, pudiendo subir hasta un máximo de dos puntos la media obtenida en los parciales.

#### 4.3.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación van relacionados con los resultados de aprendizaje de la siguiente manera:

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	CRITERIOS DE EVALUACIÓN
1. Identifica el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.	<p>a) Se han identificado los tipos de consumidores, diferenciando el consumidor final o particular y el industrial u organizacional.</p> <p>b) Se ha definido el contenido y los aspectos que comprende el estudio del comportamiento del consumidor y/o usuario.</p> <p>c) Se han definido y clasificado las necesidades del consumidor, teniendo en cuenta el orden jerárquico que se establece a la hora de satisfacerlas.</p> <p>d) Se han clasificado las compras, atendiendo al comportamiento racional o impulsivo del consumidor y/o usuario.</p> <p>e) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor final, analizando los factores que determinan su complejidad y duración.</p> <p>f) Se han analizado los determinantes internos y externos que influyen en el proceso de decisión de compra de los consumidores y/o usuarios.</p>

	<p>g) Se han identificado las fases del proceso de compra del consumidor industrial, comparando el proceso con el del consumidor final.</p> <p>h) Se han caracterizado las tipologías de clientes, atendiendo a su comportamiento de compra, su personalidad y sus motivaciones de compra</p>
<p>2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.</p>	<p>a) Se han establecido las funciones y responsabilidades de los vendedores en la venta personal.</p> <p>b) Se han clasificado los vendedores en función de las características de la empresa en la que prestan servicios, el tipo de venta que realizan y la naturaleza del producto.</p> <p>c) Se ha definido el perfil del vendedor profesional, analizando las cualidades personales, habilidades profesionales y conocimientos que debe tener un buen vendedor.</p> <p>d) Se han descrito distintos puestos de trabajo de ventas y el perfil de los vendedores más adecuados para los mismos.</p> <p>e) Se han determinado las necesidades de formación, perfeccionamiento y reciclaje del equipo de vendedores.</p> <p>f) Se ha definido el contenido del programa de formación y perfeccionamiento de los vendedores.</p> <p>g) Se ha valorado la importancia de la motivación de los vendedores analizando los principales factores motivadores.</p> <p>h) Se han identificado los sistemas de retribución de los vendedores más habituales.</p>
<p>3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas</p>	<p>a) Se han identificado las funciones del departamento de ventas de una empresa y las responsabilidades del director de ventas.</p> <p>b) Se han diferenciado las formas de organización del departamento de ventas por zonas geográficas, por productos y por clientes, entre otras.</p> <p>c) Se ha calculado el número de vendedores que se requieren para cumplir los objetivos del plan de ventas de la empresa.</p> <p>d) Se ha elaborado el programa de ventas del vendedor, definiendo sus propios objetivos y el plan de actuación, en función de los objetivos establecidos en el plan de ventas de la empresa.</p> <p>e) Se ha elaborado el argumentario de ventas, incluyendo los puntos fuertes y débiles del producto, resaltando sus ventajas respecto a los de la competencia y presentando soluciones a los problemas del cliente.</p> <p>f) Se han aplicado técnicas de prospección de clientes, atendiendo a las características del producto/servicio ofertado.</p> <p>g) Se ha determinado el número de visitas comerciales que se van a realizar a los clientes reales y potenciales y el tiempo de duración de las visitas.</p> <p>h) Se han planificado las visitas a clientes, aplicando las rutas de ventas que permiten optimizar los tiempos del vendedor y reducir los costes.</p>
<p>4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.</p>	<p>a) Se ha preparado la documentación necesaria para realizar una visita comercial, consultando la información de cada cliente en la herramienta de gestión de relaciones con clientes (CRM).</p> <p>b) Se ha concertado y preparado la entrevista de ventas, adaptando el argumentario a las características, necesidades y</p>

	<p>potencial de compra de cada cliente, de acuerdo con los objetivos fijados.</p> <p>c) Se ha preparado el material de apoyo y la documentación necesaria.</p> <p>d) Se ha realizado la presentación y demostración del producto, utilizando técnicas de venta adecuadas para persuadir al cliente.</p> <p>e) Se han previsto las posibles objeciones del cliente y se han definido las técnicas y los argumentos adecuados para la refutación de las mismas.</p> <p>f) Se han utilizado técnicas de comunicación verbal y no verbal en situaciones de venta y relación con el cliente.</p> <p>g) Se ha planificado la negociación de los aspectos y condiciones de la operación que pueden ser objeto de negociación.</p> <p>h) Se han utilizado técnicas para lograr el cierre de la venta y obtener el pedido</p>
<p>5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.</p>	<p>a) Se ha interpretado la normativa que regula los contratos de compraventa.</p> <p>b) Se ha caracterizado el contrato de compraventa, los elementos que intervienen y los derechos y obligaciones de las partes, analizando su estructura y las cláusulas habituales que se incluyen en el mismo.</p> <p>c) Se ha cumplimentado el contrato de compraventa en el que se recogen los acuerdos entre vendedor y comprador, utilizando un procesador de textos.</p> <p>d) Se ha interpretado la normativa que regula el contrato de compraventa a plazos y los requisitos que se exigen para su formalización.</p> <p>e) Se ha caracterizado el contrato de ventas en consignación analizando los casos en que procede su formalización.</p> <p>f) Se ha caracterizado el contrato de suministro, analizando los supuestos en los que se requiere para el abastecimiento de materiales y servicios.</p> <p>g) Se han analizado los contratos de leasing y renting como alternativas de adquisición y financiación del inmovilizado de la empresa.</p>
<p>6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.</p>	<p>a) Se ha gestionado la documentación comercial de diferentes operaciones de venta, desde la recepción del pedido hasta el envío y recepción por parte del cliente.</p> <p>b) Se ha establecido el modo de formalizar el pedido por parte del cliente, en ventas a distancia (por catálogo, televenta, teléfono móvil e Internet, entre otros)</p> <p>c) Se han identificado las distintas formas de pago, analizando el procedimiento y la documentación necesaria en cada caso.</p> <p>d) Se han diferenciado los medios de pago al contado de los aplazados.</p> <p>e) Se han comparado los medios y formas de pago, analizando las ventajas y desventajas en términos de coste, seguridad y facilidad de uso.</p> <p>f) Se ha cumplimentado la documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.</p> <p>g) Se han cumplimentado cheques, letras de cambio, pagarés y demás documentación correspondiente a los diferentes medios de pago.</p> <p>h) Se ha identificado la documentación correspondiente a las operaciones de endoso, aval y gestión de cobro de medios de pago</p>

<p>7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.</p>	<p>a) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un cierto margen comercial expresado en forma de porcentaje del precio de coste.</p> <p>b) Se ha calculado el precio de venta del producto, aplicando un margen comercial expresado en forma de un porcentaje sobre el precio de venta.</p> <p>c) Se ha determinado el importe total de una operación de venta, aplicando los descuentos y gastos acordados y el IVA correspondiente.</p> <p>d) Se ha calculado el interés de diferentes operaciones, definiendo las variables que lo determinan y aplicando un determinado tipo de interés.</p> <p>e) Se ha calculado el descuento de diferentes operaciones, aplicando un determinado tipo de descuento.</p> <p>f) Se ha calculado el descuento y el efectivo resultante de una remesa de efectos.</p> <p>g) Se han cumplimentado facturas de negociación de efectos comerciales, aplicando un determinado tipo de descuento y la correspondiente comisión</p>
---	---

#### 4.4.- PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

##### a) PRUEBAS ESCRITAS

Las pruebas escritas formarán el 70% de la nota de la evaluación. Estarán formadas por preguntas de razonamiento en las que el alumno tendrá que relacionar los contenidos de cada tema y preguntas concretas referidas al tema, así como el valor de minoración de las faltas de ortografía ( 0,1 por cada falta de ortografía hasta un máximo de 2 puntos).

##### b) ASISTENCIA A CLASE

Según el R.O.F. de este Centro, el alumnado tendrá derecho a ser evaluado siempre que asista a clase un mínimo del 80% del total de horas lectivas del módulo.

En el caso de que la asistencia del alumno/a sea inferior al establecido de forma injustificada, dicho alumno perderá el derecho a la evaluación continua por parciales y se le calificará en los distintos parciales como máximo, con un cuatro o no apto.

##### c) COMPORTAMIENTO,

Un comportamiento inadecuado por parte de los alumnos/as, falta de interés, falta de participación en clase, no trabajar en clase ni en casa, así como no traer a clase el material escolar, llevará consigo la toma de medidas disciplinarias, que pueden llegar si la conducta persiste a la expulsión de clase, en cuyo caso se reflejará como falta de asistencia, con las consecuencias que aparecen en el punto anterior.

##### d) ACTIVIDADES

Las actividades realizadas tendrán un valor conjunto de hasta 3 puntos. Al final del tercer parcial se hará un trabajo en común con otros módulos para que el alumno tenga una visión integral de todos los contenidos estudiados durante el curso.

Este trabajo será en grupo y se expondrá en el aula. Por este motivo en el tercer parcial las actividades tendrán un valor de 1 punto y el trabajo final hasta un máximo de 2 puntos.

#### 4.5.- CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Los criterios de calificación son los descritos en el apartado 4.1 y desarrollados en los apartados siguientes.

- En cada una de las pruebas escritas constará siempre la forma de calificar y la valoración de cada una de las preguntas y partes del examen.
- En todas las pruebas escritas las faltas de ortografía restan 0,1 por cada una de ellas, hasta un máximo de 2 puntos.
- Una nota con decimales igual o superior a  $\_ ,5$  se redondeará hacia arriba de tal modo que 4,5 equivale en la evaluación a 5.



#### 5.- MATERIALES Y RECURSOS DIDÁCTICOS.

- Texto "Proceso de Ventas" Editex
- Proyector de aula. Ordenadores y conexión a internet
- Aplicaciones informáticas.
- Prensa y revistas especializadas.
- Normativa vigente.
- Mobiliario y material de oficina.  
Vídeos y películas

#### 6. PREVENCIÓN RIESGOS LABORALES

(Para aquellos departamentos de Familia Profesional con módulos donde esto se justifique)

## ANEXO I : ALUMNOS EN FORMACIÓN DUAL

<b>MÓDULO PROFESIONAL DE PROCESO DE VENTAS</b>		
<b>FORMACIÓN INICIAL</b>		
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>
1. Identifica el proceso de decisión de compra del Consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.	Identificar el proceso de decisión de compra del consumidor y/o usuario, analizando los factores que inciden en el mismo y las tipologías de clientes.	a),b),c),d),e),f),h)
2. Define las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.	Definir las funciones, conocimientos y perfil de los vendedores, analizando las necesidades de formación, motivación y remuneración del equipo de ventas.	a),b),c),d),e),f),h)
5. Formaliza los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.	Formalizar los contratos de compraventa y otros contratos afines, analizando las cláusulas más habituales de acuerdo con la normativa vigente.	a),b),c),d),e),f),g)
7. Determina los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.	Determinar los precios y el importe de las operaciones, aplicando el cálculo comercial en los procesos de venta.	a),b),c),d),e),f),g)
<b>FORMACIÓN EN ALTERNANCIA EN LA EMPRESA: LEROY MERLIN</b>		
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>
3. Organiza el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas	Organizar el proceso de venta, definiendo las líneas de actuación del vendedor, de acuerdo con los objetivos fijados en el plan de ventas	a),b),c),d),e),f),g),h)
4. Desarrolla entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.	Desarrollar entrevistas con supuestos clientes, utilizando técnicas de venta, negociación y cierre adecuadas, dentro de los límites de actuación establecidos por la empresa.	a),b),c),d),e),f),g),h)

6. Gestiona la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.	Gestionar la documentación comercial y de pago/cobro de las operaciones de compraventa, cumplimentando los documentos necesarios.	a),b),c),d),e),f),g),h)
---	---	-------------------------

Destino del documento | Entregar al Jefe de Departamento