



**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**



Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Maestría Internacional en Comercial y Ventas en Concesionario Automóvil



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con el **Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones** dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Maestría Internacional en Comercial y Ventas en Concesionario Automóvil



DURACIÓN:

600 horas



MODALIDAD:

Online



PRECIO:

1.495 \$

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.

CENTRO DE FORMACIÓN:

Educa Business School



Titulación

Titulación de Maestría Internacional en Comercial y Ventas en Concesionario Automóvil con 600 horas Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la UNESCO).





Educa Business School

como Escuela de Negocios de Formación de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de 425 horas, perteneciente al Plan de formación de EDUCA BUSINESS SCHOOL en la convocatoria de 2019
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente XXXXXXXXXX

Con una calificación de **NOTABLE**

Y para que consiste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 11 de Noviembre de 2019

La Dirección General
JESÚS MORENO HIDALGO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA



El presente Título es parte del Sistema Formativo de la Universidad Pública de Granada. Se expide en virtud de los requisitos académicos de la Universidad de Granada, en el marco de la Ley Orgánica de Universidades de 2001, y en el marco de la Ley Orgánica de Universidades de 2007, y en el marco de la Ley Orgánica de Universidades de 2013, y en el marco de la Ley Orgánica de Universidades de 2019. El presente Título es parte del Sistema Formativo de la Universidad Pública de Granada. Se expide en virtud de los requisitos académicos de la Universidad de Granada, en el marco de la Ley Orgánica de Universidades de 2001, y en el marco de la Ley Orgánica de Universidades de 2007, y en el marco de la Ley Orgánica de Universidades de 2013, y en el marco de la Ley Orgánica de Universidades de 2019.

Descripción

Esta maestría ventas automovil le ofrece una formación especializada en la materia. A la hora de tratar con clientes la relación entre el vendedor y el cliente resulta trascendental, de una buena relación y del entendimiento entre ambos se puede llegar a una situación óptima, es decir, al cumplimiento de los objetivos de ambas partes, debido la importancia dentro de esta maestría ventas automovil. Por otro lado, vivimos en una sociedad de consumo en la que se valoran cada uno de los valores añadidos que nos ofrecen tras un proceso de compra. Así, resulta imprescindible el conocimiento y la utilización de las técnicas de venta a la hora de presentar a los clientes los bienes y servicios que ofertamos.



Objetivos

- Aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización.
- Aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos.
- Aplicar proce- Conocer las herramientas necesarias para realizar una venta de forma satisfactoria.
- Fomentar las características del buen vendedor.
- Estudiar la psicología del consumidor y la del propio vendedor.
- Desarrollar (o afianzar) ciertos conocimientos relacionados con ventas y mercado.
- Mejorar el servicio y atención al cliente.
- Conocer cómo mejorar nuestro punto de venta.
- Desarrollar numerosas habilidades sociales que nos acerquen al cliente.
- Conocer cómo actuar como buenos vendedores en la venta, su desarrollo y la postventa. dimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.
- Planificar y organizar el trabajo.
- Conocer las herramientas de Comunicación interna y externa.
- Aplicar las pautas Generales de Atención al Cliente.
- Conocer la normativa sobre la actividad industrial y la prestación de servicios en los talleres.
- Realizar una organización y control del taller mecánico.

A quién va dirigido

Esta maestría ventas automovil está dirigida a todos aquellos profesionales del sector de la planificación comercial, campañas de ventas o marketing promocional, concesionarios, etc.; estudiantes y/o cualquier persona interesada en formarse en dicha materia.

Para qué te prepara

La maestría ventas automovil le prepara para aplicar las técnicas adecuadas a la venta de productos y servicios a través de los diferentes canales de comercialización; aplicar las técnicas de resolución de conflictos y reclamaciones siguiendo criterios y procedimientos establecidos; y aplicar procedimientos de seguimiento de clientes y de control del servicio post-venta.

Salidas Laborales

Comercio y Marketing / Concesionarios / Venta de Coches

Formas de Pago

- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

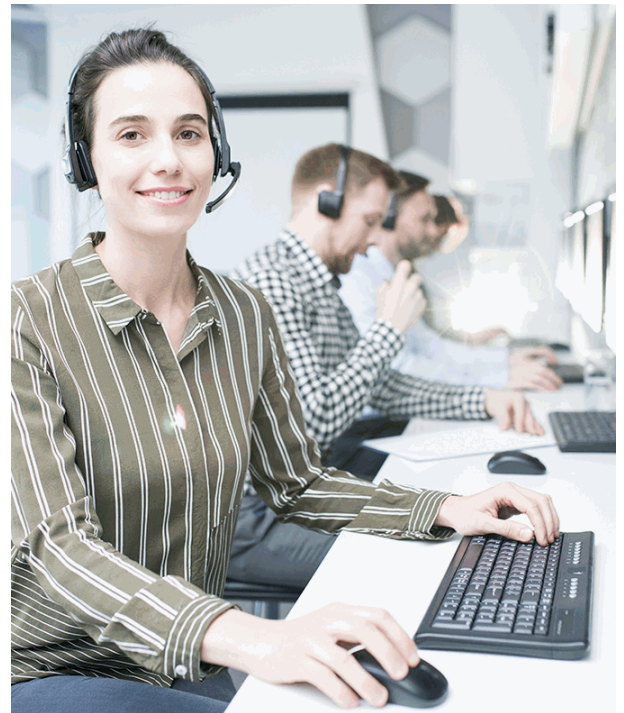
El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. PSICOLOGÍA Y TÉCNICAS DE VENTA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL MERCADO

1. Concepto de mercado
2. Definiciones y conceptos relacionados
3. División del mercado

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FASES DEL MERCADO

1. Ciclo de vida del producto
2. El precio del producto
3. Ley de oferta y demanda
4. El precio y la elasticidad de la demanda
5. Comercialización y mercado
6. La marca

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTUDIOS DE MERCADO Y SUS TIPOS

1. Estudios de mercado
2. Ámbitos de aplicación del estudio de mercados
3. Tipos de diseño de la investigación de los mercados
4. Segmentación de los mercados
5. Tipos de mercado
6. Posicionamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CONSUMIDOR

1. El consumidor y sus necesidades

- 2.La psicología; mercado
- 3.La psicología; consumidor
- 4.Necesidades
- 5.Motivaciones
- 6.Tipos de consumidores
- 7.Análisis del comportamiento del consumidor
- 8.Factores de influencia en la conducta del consumidor
- 9.Modelos del comportamiento del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 5. SERVICIO/ASISTENCIA AL CLIENTE

- 1.Servicio al cliente
- 2.Asistencia al cliente
- 3.Información y formación del cliente
- 4.Satisfacción del cliente
- 5.Formas de hacer el seguimiento
- 6.Derechos del cliente-consumidor
- 7.Tratamiento de reclamaciones
- 8.Tratamiento de dudas y objeciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL PROCESO DE COMPRA

- 1.Proceso de decisión del comprador
- 2.Roles en el proceso de compra
- 3.Complejidad en el proceso de compra
- 4.Tipos de compra
- 5.Variables que influyen en el proceso de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL PUNTO DE VENTA

- 1.Merchandising
- 2.Condiciones ambientales
- 3.Captación de clientes
- 4.Diseño interior
- 5.Situación de las secciones
- 6.Zonas y puntos de venta fríos y calientes
- 7.Animación

UNIDAD DIDÁCTICA 8. VENTAS

- 1.Introducción
- 2.Teoría de las ventas
- 3.Tipos de ventas
- 4.Técnicas de ventas

UNIDAD DIDÁCTICA 9. EL VENDEDOR. PSICOLOGÍA APLICADA

- 1.El vendedor
- 2.Tipos de vendedores

3. Características del buen vendedor
4. Cómo tener éxito en las ventas
5. Actividades del vendedor
6. Nociones de psicología aplicada a la venta
7. Consejos prácticos para mejorar la comunicación
8. Actitud y comunicación no verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 10. MOTIVACIONES PROFESIONALES

1. La motivación
2. Técnicas de motivación
3. Satisfacción en el trabajo
4. Remuneración comercial

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. Proceso de comunicación
2. Elementos de la comunicación comercial
3. Estructura del mensaje
4. Fuentes de información
5. Estrategias para mejorar la comunicación
6. Comunicación dentro de la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 12. HABILIDADES SOCIALES Y PROTOCOLO COMERCIAL

1. ¿Qué son las habilidades sociales?
2. Escucha activa
3. Lenguaje corporal

UNIDAD DIDÁCTICA 13. EVALUACIÓN DE SÍ MISMO. TÉCNICAS DE LA PERSONALIDAD

1. Inteligencias múltiples
2. Técnicas de afirmación de la personalidad; la autoestima
3. Técnicas de afirmación de la personalidad; el autorrespeto
4. Técnicas de afirmación de la personalidad; la asertividad

UNIDAD DIDÁCTICA 14. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA A LAS TÉCNICAS DE VENTA

1. Introducción
2. Cociente Intelectual e Inteligencia Emocional
3. El lenguaje emocional
4. Habilidades de la Inteligencia Emocional
5. Aplicación de la Inteligencia Emocional a la vida y éxito laboral
6. Establecer objetivos adecuados
7. Ventajas del uso de la Inteligencia Emocional en la empresa

UNIDAD DIDÁCTICA 15. LA VENTA Y SU DESARROLLO. INFORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SOBRE EL CLIENTE

1. Metodología que debe seguir el vendedor

2. Ejemplo de una preparación en la información e investigación

UNIDAD DIDÁCTICA 16. LA VENTA Y SU DESARROLLO. EL CONTACTO

1. Presentación
2. Cómo captar la atención
3. Argumentación
4. Contra objeciones
5. Demostración
6. Negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 17. LA NEGOCIACIÓN

1. Concepto de negociación
2. Bases fundamentales de los procesos de negociación
3. Tipos de negociadores
4. Las conductas de los buenos negociadores
5. Fases de la negociación
6. Estrategias de negociación
7. Tácticas de negociación
8. Cuestiones prácticas de negociación

UNIDAD DIDÁCTICA 18. EL CIERRE DE LA VENTA. LA POSTVENTA

1. Estrategias para cerrar la venta
2. Tipos de clientes; cómo tratarlos
3. Técnicas y tipos de cierre
4. Cómo ofrecer un excelente servicio postventa

PARTE 2. TÉCNICAS DE VENTA DE AUTOMOVILES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROCESOS DE VENTA

1. Tipos de venta
 - 1.- La venta presencial y no presencial: similitudes y diferencias
 - 2.- La venta fría
 - 3.- La venta en establecimientos
 - 4.- La venta sin establecimiento
 - 5.- La venta no presencial: venta telefónica, Internet, catálogo, televenta otras
2. Fases del proceso de venta
 - 1.- Aproximación al cliente, desarrollo y cierre de la venta
 - 2.- Fases de la venta no presencial. Diferencias y similitudes con la venta presencial
3. Preparación de la venta
 - 1.- Conocimiento del producto
 - 2.- Conocimiento del cliente
4. Aproximación al cliente
 - 1.- Detección de necesidades del consumidor

- 2.- Clasificación de las necesidades según distintos tipos de criterios
 - 3.- Hábitos y comportamiento del consumidor: variables internas y externas que influyen en el consumidor
 - 4.- El proceso de decisión de compra
 - 5.- Comportamiento del vendedor y consumidor en el punto de venta: perfiles y motivaciones
 - 6.- Observación y clasificación del cliente
5. Análisis del producto/servicio
- 1.- Tipos de productos según el punto de venta y establecimiento
 - 2.- Atributos y características de productos y servicios: características técnicas, comerciales y psicológicas
 - 3.- Características del producto según el CVP (Ciclo de vida de producto)
 - 4.- Formas de presentación: envases y empaquetado
 - 5.- Condiciones de utilización
 - 6.- Precio. Comparaciones
 - 7.- Marca
 - 8.- Publicidad
6. El argumentario de ventas
- 1.- Información del producto al profesional de la venta
 - 2.- El argumentario del fabricante
 - 3.- Selección de argumentos de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 2. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1. Presentación y demostración del producto/servicio
- 1.- Concepto
 - 2.- Tipos de presentación de productos
 - 3.- Diferencias entre productos y servicios
2. Demostraciones ante un gran número de clientes
- 1.- Diferencias entre presentaciones a un pequeño y gran número de interlocutores
 - 2.- Criterios a considerar en el diseño de las presentaciones
 - 3.- Aplicaciones de presentación
3. Argumentación comercial
- 1.- Tipos y formas de argumentos
 - 2.- Tipos y forma de objeciones
4. Técnicas para la refutación de objeciones
5. Técnicas de persuasión a la compra
6. Ventas cruzadas
- 1.- Ventas adicionales
 - 2.- Ventas sustitutivas
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta
- 1.- Aptitudes del comunicador efectivo: asertividad, persuasión, empatía e inteligencia emocional
 - 2.- Barreras y dificultades de la comunicación comercial presencial
 - 3.- La comunicación no verbal: la transmisión de información a través del comportamiento y el cuerpo

4.- Técnicas para la comunicación no verbal a través del cuerpo: manos, mirada, posición, espacio entre interlocutores u otros

8. Técnicas de comunicación no presenciales

1.- Recursos y medios de comunicación no presencial

2.- Barreras en la comunicación no presencial

3.- Técnicas de comunicación no presencial: la sonrisa telefónica

4.- La comunicación comercial escrita: cartas y documentación comercial escrita

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La confianza y las relaciones comerciales

1.- Fidelización de clientes. Concepto y ventajas

2.- Relaciones con el cliente y calidad del servicio: clientes prescriptores

3.- Servicios post-venta

2. Estrategias de fidelización

1.- Marketing relacional

2.- Tarjetas de puntos

3.- Promociones

3. Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing

4. Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE LA VENTA

1. Conflictos y reclamaciones en la venta

1.- Tipología: quejas y reclamaciones

2.- Diferencias y consecuencias

2. Gestión de quejas y reclamaciones

1.- Normativa de protección al consumidor

2.- Derechos de los consumidores: responsabilidad de intermediarios y distribuidores

3.- Documentación y pruebas

4.- Las hojas de reclamaciones: elementos y cumplimentación

5.- Tramitación: procedimiento y consecuencias de las reclamaciones

6.- OMIC: Oficinas municipales de información al consumidor

3. Resolución de reclamaciones

1.- Respuestas y usos habituales en el sector comercial

2.- Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento

3.- Juntas arbitrales de consumo

PARTE 3. CONTRATO DE COMPRAVENTA DE VEHÍCULOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA DE VEHÍCULO NUEVO

1. El argumentario de ventas

- 1.- Información del producto al profesional de la venta
- 2.- El argumentario del fabricante
- 3.- Selección de argumentos de venta
2. Contrato de compraventa
 - 1.- Elementos materiales del contrato de compraventa
 - 2.- Elementos personales del contrato de compraventa
 - 3.- Obligaciones que genera el contrato de compraventa
3. Extinción del contrato de compraventa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA DE VEHÍCULO USADO

1. Preparación de la venta
 - 1.- Conocimiento del producto
 - 2.- Conocimiento del cliente
2. Contrato de compraventa de un coche de segunda mano
3. Gastos en la compraventa de un coche usado

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CONTRATO DE COMPRAVENTA DE VEHÍCULOS ENTRE PARTICULARES

1. Contrato de compraventa: concepto, caracteres y elementos
 - 1.- La traslación del dominio
2. Contrato de compraventa de vehículo usado entre particulares
3. Contrato de arras o señal
 - 1.- Tipo de contrato de arras o señal
4. Promesa de compra y venta

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CONTRATO DE COMPRAVENTA: COCHE

1. El automóvil
2. Modelo de contrato de compraventa: coche
 - 1.- Contrato de compraventa del coche
3. Tipos de venta
 - 1.- La venta presencial y no presencial: similitudes y diferencias
 - 2.- La venta fría
 - 3.- La venta en establecimientos
 - 4.- La venta sin establecimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 5. CONTRATO DE COMPRAVENTA: MOTO

1. Moto
2. Modelo de contrato de compraventa: moto
 - 1.- Contrato de compraventa de la moto
3. El proceso de decisión de compra

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CONTRATO DE COMPRAVENTA: CICLOMOTOR

1. Ciclomotor
2. Modelo de contrato de compraventa: ciclomotor
 - 1.- Contrato de compraventa del ciclomotor

3. Contrato de seguro

1.- Clasificación de los contratos de seguros

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CONTRATO DE COMPRAVENTA: CARAVANA

1. Caravana

2. Modelo de contrato de compraventa: caravana

1.- Contrato de compraventa de la caravana

3. Técnicas de persuasión a la compra

4. Ventas cruzadas

1.- Ventas adicionales

2.- Ventas sustitutivas

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CONTRATO DE COMPRAVENTA: BICICLETA

1. Bicicletas convencionales: partes

1.- Asiento

2.- Cuadro

3.- Rueda

4.- Tren delantero

5.- Pedal y biela

2. Bicicletas eléctricas: partes

3. Modelo de contrato de compraventa: bicicleta

1.- Contrato de compraventa de una bicicleta

4. Argumentación comercial

1.- Tipos y formas de argumentos

2.- Tipos y forma de objeciones

5. Técnicas para la refutación de objeciones

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CONTRATO DE COMPRAVENTA: REMOLQUE

1. Remolque

2. Modelo de contrato de compraventa: remolque

1.- Contrato de compraventa de un remolque

3. Las relaciones comerciales

1.- Fidelización de clientes. Concepto y ventajas

2.- Relaciones con el cliente y calidad del servicio: clientes prescriptores

3.- Servicios post-venta

UNIDAD DIDÁCTICA 10. CONTRATO DE COMPRAVENTA: OTROS VEHÍCULOS

1. Camiones

2. Modelo de contrato de compraventa de camiones

1.- Contrato de compraventa de camiones

3. Tractores

4. Modelo de contrato de compraventa de tractores

1.- Contrato de compraventa de tractores

PARTE 4. ADMINISTRATIVO-RECEPCIONISTA DE TALLERES DE AUTOMÓVILES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. NORMATIVA SOBRE LA ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS EN LOS TALLERES

1. Normativa sobre la actividad industrial y la prestación de servicios en los talleres
2. Ámbito de aplicación
3. Conceptos y clasificaciones
4. Condiciones y requisitos de la actividad industrial
5. Centros de diagnóstico y dictámenes técnicos
6. Garantías y responsabilidades
7. Competencias, infracciones y sanciones
8. Disposiciones
9. Anexos

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LOS TALLERES Y LA LEGISLACIÓN APLICABLE A LAS REFORMAS

1. Introducción
2. Normativa que regula la tramitación de las reformas de vehículos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ATENCIÓN AL CLIENTE Y ORGANIZACIÓN DEL TALLER MECÁNICO

1. Concepto y características de la función de atención al cliente
2. Cumplimiento de las obligaciones reglamentarias
3. Mantenimiento del taller mecánico
4. Organización y control del taller mecánico
 - 1.- Recursos humanos del taller
 - 2.- Gestión de tiempos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA ACTUACIÓN PERSONAL Y PROFESIONAL EN LAS ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS

1. Planificación y Organización del Trabajo
2. El Espíritu de Equipo y la Sinergia
3. El Clima de Trabajo
4. Ética Personal y Profesional

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA

1. Las Relaciones en la Empresa. Humanas y Laborales
2. Tratamiento y Flujo de la Información en la Empresa
3. La Comunicación Interna en la Empresa
4. La Imagen Corporativa e Institucional en los Procesos de Información y Comunicación en las Organizaciones
5. La Comunicación Externa de la Empresa
6. La Relación entre Organización y Comunicación en la Empresa: Centralización o Descentralización.
7. Herramientas de Comunicación interna y externa

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA COMUNICACIÓN ORAL I

1. La Comunicación Oral en la Empresa
2. Precisión y Claridad en el lenguaje
3. Elementos de la Comunicación oral eficaz
4. Técnicas de Intervención verbal

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA COMUNICACIÓN TELEFÓNICA

1. Proceso de Comunicación Telefónica
2. Prestaciones Habituales
3. Medios y Equipos
4. Realización de Llamadas
5. Protocolo Telefónico

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN ESCRITA

1. Normas Generales de la Comunicación Escrita
2. Estilos de Redacción: Técnicas de Sintetización de Contenidos
3. Técnicas y Normas Gramaticales
4. Diccionarios

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CALIDAD EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

1. El Cliente
2. La Calidad en la Atención al Cliente
3. Pautas Generales de Atención al Cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN OFICINAS Y SECTOR DE LA ADMINISTRACIÓN

1. Características de la actividad laboral
2. Riesgos profesionales específicos de la familia profesional Administración y Oficinas

PARTE 5. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN TALLERES DE REPARACIÓN DE AUTOMÓVILES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

1. El trabajo y la salud
2. Los riesgos profesionales
3. Factores de riesgo
4. Consecuencias y daños derivados del trabajo
5. Marco normativo básico en materia de prevención de riesgos laborales
6. Organismos públicos relacionados con la seguridad y salud en el trabajo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. RIESGOS GENERALES Y SU PREVENCIÓN

1. Introducción
2. Riesgos en el manejo de herramientas y equipos
3. Riesgos en la manipulación de sistemas e instalaciones

4. Riesgos en el almacenamiento y transporte de cargas
5. Riesgos asociados al medio de trabajo
6. Riesgos derivados de la carga de trabajo
7. La protección de la seguridad y salud de los trabajadores

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ACTUACIÓN EN EMERGENCIAS Y EVACUACIÓN

1. Tipos de accidentes
2. Evaluación primaria del accidentado
3. Primeros auxilios
4. Socorrismo
5. Situaciones de emergencia
6. Planes de emergencia y evacuación
7. Información de apoyo para la actuación de emergencias

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RIESGOS ESPECÍFICOS EN TALLERES DE REPARACIÓN DE VEHÍCULOS

1. Talleres de reparación de vehículos
2. Normativas de seguridad y salud aplicables en los talleres de reparación
 - 1.- Seguridad y salud en los lugares de trabajo
 - 2.- La protección de la salud y la seguridad contra los riesgos relacionados con la exposición al ruido
 - 3.- Señalización de seguridad y salud en el trabajo
 - 4.- Seguridad y salud para la utilización por los trabajadores de los equipos de trabajo
 - 5.- Seguridad y salud relativas a la manipulación manual de cargas que entrañe riesgos, en particular dorsolumbares
 - 6.- Reglamento sobre clasificación, envasado y etiquetado de sustancias peligrosas
3. Los riesgos en talleres mecánicos
 - 1.- Riesgos de seguridad
 - 2.- Riesgos ergonómicos
 - 3.- Riesgos higiénicos
 - 4.- Riesgos psicosociales