

Master en Comercial y Ventas en Concesionario Automóvil



ÍNDICE

1 | Somos Educa Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Educa Business School

7 | Programa Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas instituciones educativas de formación online. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de democratizar el acceso a la educación y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación.



ONLINE EDUCATION



METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Master en Comercial y Ventas en Concesionario Automóvil



DURACIÓN
600 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX-XXXX-XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE ÁREA MANAGER



Con el aval del Consejo Español del Comercio Exterior y Social de la UNED (CECCO) (Plan. Resolución 2005)

Descripción

Este Master en Comercial y Ventas en Concesionario Automóvil le ofrece una formación especializada en la materia. 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 a 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.

Para qué te prepara

Este Master en Comercial y Ventas en Concesionario Automóvil está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además Esta maestría ventas automovil está dirigido 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.

A quién va dirigido

Este Master en Comercial y Ventas en Concesionario Automóvil le prepara para conseguir una titulación profesional. 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

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

