

The background features abstract geometric shapes in teal and light gray. A large teal shape is at the top right, while light gray shapes form a complex pattern on the left and bottom. The text is centered in the white space.

# Guía didáctica

COMM065PO. Fundamentos de gestión y  
atención al cliente para tiendas

## INTRODUCCIÓN

Para garantizar el éxito de las tiendas, es esencial que los gerentes entiendan y ejecuten los fundamentos de la comercialización, la logística y el servicio al cliente. La gestión de todos estos procesos de manera eficaz contribuye a que no se generen interrupciones en la disponibilidad del producto o la satisfacción del cliente.

La comercialización requiere tener un buen ojo para lo que quieren los clientes y una comprensión de cómo se puede maximizar en una situación particular. Por ejemplo, saber qué productos deben colocarse en la parte delantera de la tienda puede ayudar a atraer a los clientes o la creación de pantallas atractivas que muestran los productos.

Por su parte la logística es crucial para que las tiendas funcionen sin problemas y de manera eficiente; esto incluye la supervisión de los niveles de inventario, el pedido de nueva mercancía, el seguimiento de los envíos y más.

Es importante comprender los principios fundamentales de la gestión y el servicio al cliente para garantizar que los clientes puedan tener una experiencia positiva en su tienda.

## OBJETIVO GENERAL

Adquirir los conocimientos básicos vinculados al comercio y la gestión de tiendas desde la localización, el merchandising, promoción en el punto de venta, atención al cliente, gestión básica de compras y el control de caja en el TPV.

## CONTENIDO FORMATIVO

	Fundamentos de gestión y atención al cliente para tiendas	40 horas
<b>UA1</b>	<b>El Comercio</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción.</li> <li>• La distribución.</li> <li>• Los intermediarios.</li> </ul>	4,5
	Test de autoevaluación	0,5
	Actividad práctica 1	1
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>6</b>
<b>UA2</b>	<b>La orientación y localización del negocio</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La orientación hacia el cliente.</li> <li>• Definición del negocio y segmentación del mercado.</li> <li>• La combinación del marketing.</li> <li>• La imagen de la tienda.</li> <li>• La localización del establecimiento.</li> </ul>	3
	Test de autoevaluación	0,5
	Actividad práctica 2	0,5
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>4</b>
<b>UA3</b>	<b>El Merchandising</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El merchandising.</li> <li>• El merchandising para el fabricante y para el detallista.</li> <li>• La implantación del establecimiento.</li> <li>• Estudio del lineal.</li> <li>• La disposición del establecimiento.</li> <li>• El exterior de la tienda.</li> </ul>	4,5
	<b>Test de autoevaluación</b>	0,5
	<b>Actividad práctica 3</b>	1
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>6</b>

	Fundamentos de gestión y atención al cliente para tiendas	40 horas
<b>UA4</b>	<b>Publicidad y promoción en el punto de venta</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La publicidad. Concepto.</li> <li>• Decisiones a tomar.</li> <li>• Objetivos.</li> <li>• Presupuestos.</li> <li>• Los medios usados en publicidad.</li> <li>• El mensaje publicitario.</li> <li>• La promoción en el punto de venta.</li> <li>• Técnicas de promoción de ventas.</li> </ul>	3,5
	Test de autoevaluación	0,5
	Actividad práctica 4	2
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>6</b>
<b>UA5</b>	<b>Atención al cliente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducción.</li> <li>• La atención al cliente es una labor personal.</li> <li>• Empatía e identificación.</li> <li>• Sustituir rutinas por actitudes significativas.</li> <li>• El conocimiento de los productos.</li> <li>• El cliente.</li> <li>• Seguimiento del cliente.</li> <li>• Conocimiento del cliente.</li> <li>• Tratamiento personal del cliente.</li> <li>• Objeciones, incidencias y reclamaciones de los clientes.</li> <li>• El teléfono.</li> </ul>	4,5
	Test de autoevaluación	0,5
	Actividad práctica 5	2
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>7</b>

	Fundamentos de gestión y atención al cliente para tiendas	40 horas
<b>UA6</b>	<b>El servicio al cliente</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concepto e importancia del servicio al cliente.</li> <li>• Factores que influyen en los servicios que ofrecemos.</li> <li>• Tipos de servicios a clientes.</li> </ul>	1,5
	Test de autoevaluación	0,5
	Actividad práctica 6	1
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>3</b>
<b>UA7</b>	<b>Gestión de compras</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las compras.</li> <li>• El surtido de productos.</li> <li>• Selección de proveedores.</li> <li>• Gestión de stocks o de existencias.</li> <li>• La gestión del almacén.</li> </ul>	1,5
	Test de autoevaluación	0,5
	Actividad práctica 7	2
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>4</b>
<b>UA8</b>	<b>El control de caja</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las cajas registradoras.</li> <li>• Códigos de barra.</li> <li>• Los terminales de punto de venta (TPV).</li> </ul>	2
	Test de autoevaluación	0,5
	Actividad práctica 8	0,5
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>3</b>
	<b>EVALUACIÓN FINAL</b>	<b>1</b>