

The background image shows a person's hand using a computer mouse. The scene is softly blurred, focusing on the hand and the mouse. A decorative graphic of seven white circles of varying sizes is arranged in a vertical line on the right side of the page. A semi-transparent grey rounded rectangle is positioned in the center, containing the main title.

## **Comunicación y comportamiento del consumidor en el comercio**

## **Objetivos**

---

### □ **Objetivos Generales**

- Capacitar al personal de un comercio para la atención al cliente marcando pautas de comunicación y comportamiento necesarios para mejorar la calidad del servicio y la consecución de objetivos de venta mayores.

### □ **Objetivos Específicos**

- Identificar los elementos del proceso de Comunicación.
- Saber que es la comunicación verbal y la comunicación no verbal.
- Distinguir ambos tipos de comunicación.
- Saber escuchar.
- Adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para la comunicación telefónica.
- Conocer como tramitar una queja y reclamación desde el punto de vista de la Empresa.
- Aplicar las técnicas de archivo y registro de la información del cliente.
- Ser capaz de gestionar la información que existe dentro de la Empresa.
- Saber para que se utiliza una base de datos y qué utilidades tiene para la Empresa.
- Conocer en qué consisten las bases de datos documentales.
- Como utilizar la base de datos para la realización de búsquedas.
- Saber grabar, modificar y eliminar registros en una base de datos.
- Saber en qué consiste las consultas en las bases de datos.
- Procedimiento para la realización de informes.
- Conocer el modelo de comunicación interpersonal.

- Saber identificar las diferencias y dificultades de comunicación con una o varias personas.
- Distinguir todas las barreras de comunicación que existen en la comunicación interpersonal presencial.
- Saber expresarse verbalmente en cuanto a dicción y entonación conociendo las formas de presentación que existen.
- Expresarse corporalmente de forma correcta.
- Necesidad de aplicar los principios de asertividad y empatía en la Empresa.
- Saber escuchar de forma activa.
- Conocer todos aquellos aspectos necesarios de la comunicación no presencial, en especial, la comunicación telefónica.
- Distintas formas de comunicarse por escrito en la Empresa.

## Contenidos

<b>50 horas</b>	<b>Comunicación y comportamiento del consumidor en el comercio</b>
18 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 1: La comunicación           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Componentes de la comunicación</li> <li>• Comunicación verbal</li> <li>• Comunicación no verbal</li> <li>• Saber escuchar</li> <li>• Comunicación por teléfono</li> </ul> </li> </ul>
16 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 2: Gestión y tratamiento de la información del cliente/consumidor           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información de la clientela</li> <li>• Archivo y registro de la información</li> <li>• Procedimiento de gestión y tratamiento de la información dentro de la empresa</li> <li>• Bases de datos para el tratamiento de la información en el departamento de atención al cliente/consumidor/usuario</li> <li>• Confección y presentación de informes</li> <li>• Normativa de protección de datos de bases de datos de clientes</li> </ul> </li> </ul>
16 horas	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Unidad 3: Técnicas de comunicación a clientes/consumidores           <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo de comunicación interpersonal</li> <li>• Comunicación con una o varias personas: diferencias y dificultades</li> <li>• Expresión verbal</li> <li>• Comunicación no verbal</li> <li>• Empatía y asertividad</li> <li>• Comunicación no presencial</li> <li>• Comunicación escrita</li> </ul> </li> </ul>
<b>50 horas</b>	<b>3 unidades didácticas</b>