

PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA:
COORDINACIÓN Y GESTIÓN DE ESTACIONES DE SERVICIO

Objetivo General: Adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para realizar las tareas de coordinación y gestión de las estaciones de servicio

Familia profesional: Comercio y marketing

Área profesional: Compraventa

Denominación: Coordinación y gestión de estaciones de servicio

Código: COMT033PO

Duración: 75 horas (teleformación)

Contenidos formativos:

1. FUNCIONAMIENTO DE LA ESTACIÓN DE SERVICIO.
 - 1.1. La atención al cliente.
 - 1.2. La imagen.
 - 1.3. La seguridad en las Estaciones de Servicio.
 - 1.4. Tareas periódicas.

2. OPERACIONES HABITUALES EN PISTA Y EN TIENDA.
 - 2.1. Operaciones en pista.
 - 2.2. Operaciones habituales en tienda.
 - 2.3. Tareas del encargado.

3. SURTIDORES Y MÁQUINAS DE LIMPIEZA.
 - 3.1. El aparato surtidor.
 - 3.2. Características del aparato surtidor.
 - 3.3. Máquinas de limpieza de la estación de servicio.

4. MANTENIMIENTO Y REPARACIONES.
 - 4.1. Mantenimiento de una estación de servicio.
 - 4.2. Instalación eléctrica de una estación de servicio.

5. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.
 - 5.1. Posibles riesgos laborales de los expendedores de Estaciones de Servicio.
 - 5.2. Medidas preventivas para evitar riesgos laborales debido a las condiciones de los lugares de trabajo.
 - 5.3. Medidas preventivas para evitar riesgos laborales debido a los equipos de trabajo.
 - 5.4. Medidas preventivas para evitar riesgos laborales para la salud al manipular sustancias químicas.

5.5. Medidas preventivas para evitar riesgos laborales debidos a la carga de trabajo y a la organización empresarial.

6. MEDIO AMBIENTE.

6.1. Emisión de componentes orgánicos volátiles en el sector de las Estaciones de Servicio.

6.2. Principales fuentes de escape en las instalaciones de las Estaciones de Servicio.

6.3. Otras medidas de protección ambiental.

7. CARGA EN DEPÓSITOS Y DETECCIÓN DE FUGAS.

7.1. Medición de tanques y realización de pedidos de combustible.

7.2. Recepción y descarga de camiones cisterna.

7.3. Detección de fugas durante la operación de descarga.

7.4. Riesgos laborales durante el proceso de descarga.

8. NUEVAS TECNOLOGÍAS.

8.1. Las nuevas tecnologías en Estaciones de Servicio.

8.2. Internet en una estación de servicio.

8.3. Vending, fast food y otros servicios adicionales.

9. DIRECCIÓN DE EQUIPOS DE TRABAJO.

9.1. Introducción a los equipos de trabajo.

9.2. Formación y desarrollo de equipos de trabajo en estaciones de servicio.

9.3. Resolución de problemas en los equipos.

9.4. Elementos integradores de un equipo.

9.5. Dirección de equipos en las Estaciones de Servicio, motivación y estilos de dirección.

9.6. La conducción del equipo.

Contenidos prácticos.

10. EVALUACIÓN Y VALORACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO.

10.1. Promoción y organización de recursos humanos. Planificación de carreras.

10.2. La selección de recursos humanos en las Estaciones de Servicio.

10.3. La valoración de puestos de trabajo en Estaciones de Servicio.

10.4. Análisis y descripción de puestos de trabajo en Estaciones de Servicio.

10.5. La evaluación de resultados.

11. FORMACIÓN DE TRABAJADORES EN ESTACIONES DE SERVICIO.

11.1. El aprendizaje.

11.2. El plan de formación. Los medios.

11.3. Formación y desarrollo en las empresas.

12. TÉCNICAS DE VENTA.

12.1. El vendedor de una estación de servicio.

12.2. El cliente de una estación de servicio.

12.3. Técnicas de venta.

12.4. Etapas de la negociación de una venta.

13. GESTIÓN DE TIENDAS.

- 13.1. El merchandising y el autoservicio.
- 13.2. Tipos de compra y tipos de satisfacciones.
- 13.3. La superficie de venta.
- 13.4. La animación de la tienda.

14. INFORMÁTICA Y MEDIOS DE PAGO.

- 14.1. Informática básica en una estación de servicio.
- 14.2. Medios de pago en una estación de servicio.

15. ATENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES.

- 15.1. Las necesidades e intereses de los clientes de la estación de servicio.
- 15.2. Análisis y resolución de problemas.
- 15.3. Calidad en el servicio.

16. MARKETING Y MERCHANDISING.

- 16.1. El marketing en las Estaciones de Servicio.
- 16.2. La información del marketing.
- 16.3. La oferta del producto.
- 16.4. El marketing y la comunicación.