

XEDAPEN OROKORRAK

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA ETA KULTURA SAILA

3154

342/2013 DEKRETUA, apirilaren 22koa, Salmentak eta Merkataritza-espazioak Kudeatzeko goi-mailako teknikariaren tituluari dagokion curriculumaz ezartzen duena.

Kualifikazioei eta Lanbide Heziketari buruzko ekainaren 19ko 5/2002 Lege Organikoaren 10.1. artikulua ezartzen duenez, Estatuko Administrazio Orokorrak finkatuko ditu Lanbide Kualifikazioen Katalogo Nazionalan aditzera emandako lanbide-prestakuntzako eskaintzak osatuko dituzten profesionaltasun-ziurtagiriak eta -tituluak, betiere Konstituzioaren 149.1.30. eta 7. artikuluan xedatutakoaren arabera eta Lanbide Heziketaren Kontseilu Nagusiari kontsultatu ondoren.

Hezkuntzari buruzko maiatzaren 3ko 2/2006 Lege Organikoaren 39.6. artikulua xedatzen duenez, Espainiako Gobernuak, autonomia-erkidegoei kontsultatu ostean, Lanbide Heziketako ikasketei dagozkien titulazioak ezarriko ditu, baita titulazio horietako bakoitzaren curriculumaren oinarrizko alderdiak ere.

Ekonomia iraunkorraren martxoaren 4ko 2/2011 Legeak eta Ekonomia iraunkorraren Legearen osagarri den martxoaren 11ko 4/2011 Lege Organikoa –Lanbide Heziketaren eta kualifikazioen 5/2002 Lege Organikoa eta Hezkuntzaren 2/2006 Lege Organikoa aldatzen dituenak–, hainbat lege-aldaketa adierazgarri eragin dituzte bestelako ekonomia baten garapena sustatzeko eta bizkortzeko, hau da, ekonomia lehiakorragoa eta berritzaileagoa, produkzio-sektore tradizionalak berritzeko gauza izango dena eta kalitateko enplegu egonkorra eskatzen duten beste jarduera batzuetarantz bidea egiteko gauza izango dena, sustatzeko eta bizkortzeko.

Hezkuntza-sistemako lanbide-heziketaren antolamendu orokorra ezartzen duen uztailaren 29ko 1147/2011 Errege Dekretuaren 9. artikuluan definitzen da lanbide-heziketako tituluen egitura. Horretarako, Lanbide Kualifikazioen Katalogo Nazionala, Europar Batasunak finkatutako arazte-erakundeak, eta gizarte-intereseko beste alderdi batzuk hartu dira kontuan.

7. artikulua titulu horien lanbide-profila zehazten du. Lanbide-profil horretan sartuko dira konpetentzia orokorra, lanbide-konpetentzia, konpetentzia pertsonalak eta sozialak eta, hala badagokio, Lanbide Kualifikazioen Katalogo Nazionalaren konpetentzia-atalak. Horrenbestez, titulu bakoitzak lanbide-kualifikazio oso bat hartuko du barnean, gutxienez, betiere Lanbide Heziketako tituluek eraginkortasunez erantzuteko produkzio-sistemaren beharrei eta hiritartasun demokratikoa egikaritzeko aukera emango duten balio pertsonal eta sozialei.

1573/2011 Errege Dekretuak, azaroaren 4koak, Salmentak eta Merkataritza-espazioak Kudeatzeko Goi Mailako Teknikariaren titulua ezartzen du, eta haren gutxienerako irakaskuntzak finkatzen ditu. Dekretu horrek ordeztu egin du 1651/1994 Errege Dekretuak, uztailaren 22koak, ezartzen zuen Merkataritza Kudeatzeko eta Marketineko Goi Mailako Teknikariaren tituluaren erregulazioa.

Bestetik, hezkuntza-sistemako lanbide-heziketaren antolamendu orokorra ezartzen duen uztailaren 29ko 1147/2011 Errege Dekretuaren 8.2 artikulua xedatzen duenez, hezkuntza-administrazioek ezarriko dituzte Lanbide Heziketako irakaskuntzen curriculumak. Edonola ere, Errege Dekretu horretan bertan xedatutakoa eta titulu bakoitza erregulatzen duten arauetan xedatutakoa errespetatu beharko dute.

Euskal Autonomia Erkidegoaren berezko eskumenen esparruari dagokionez, Autonomia Estatutuaren 16. artikuluan aditzera ematen denez, «Konstituzioaren lehen erabaki gehigarrian

ezarritakoa aplikatzeko, irakaskuntza, zabalera, maila, gradu, era eta espezialitate guztietan, Euskal Autonomia Erkidegoaren konpetentziapean dago, Konstituzioaren 27. artikuluan ezarritakoari eta hura garatzen duten Lege Organikoei, eta 140.1.30 artikulua Estatuari ematen dizkion ahalmenei eta hori guztia betetzeko eta bermatzeko behar den goi inspektzioari kalterik egin gabe».

Bestalde, otsailaren 26ko 32/2008 Dekretuak, hezkuntza-sistemaren barruan, Lanbide Heziketaren antolamendua eta araudia ezartzen ditu Euskal Autonomia Erkidegoaren esparrurako.

Azaldutako aurrekarien arabera, dekretu honen helburua da Salmentak eta Merkataritza-espazioak Kudeatzeko goi-mailako teknikariaren tituluari dagozkion Lanbide Heziketako irakaskuntzetarako curriculumak ezartzea Euskal Autonomia Erkidegorako, Salmentak eta Merkataritza-espazioak Kudeatzeko goi-mailako teknikariaren titulua ezartzen duen eta haren gutxieneko irakaskuntzak finkatzen dituen azaroaren 4ko 1573/2011 Errege Dekretuaren babesean.

Salmentak eta Merkataritza-espazioak Kudeatzeko goi-mailako teknikariaren titularen curriculumean alderdi hauek deskribatzen dira: alde batetik, tituluak adierazten duen lanbide-profila (kualifikazioak eta konpetentzia-atalak zerrendatzen dira, eta konpetentzia profesionalak, pertsonalak eta sozialak deskribatzen dira); eta, bestetik, tituluak biltzen dituen helburu orokorren eta lanbide-moduluen bidez, besteak beste, ezarritako irakaskuntzak (lanbide-modulu bakoitzari dagozkion ikaskuntzaren emaitzak, ebaluazio-irizpideak eta edukiak, eta horiek antolatu eta ezartzeko jarraibideak eta zehaztapenak barne hartuta).

Helburu orokorrak profilean deskribatzen diren konpetentzia profesional, pertsonal eta sozialetatik atera dira. Haietan, ikasleak heziketa-zikloaren amaieran eskuratu behar dituen gaitasunak eta lorpenak adierazten dira; hortaz, heziketa-zikloa osatzen duten lanbide-moduluetako bakoitzean landu beharreko edukiak eta ikasleak bereganatu behar dituen ikaskuntzaren emaitzak lortzeko lehen iturria dira.

Modulu bakoitzean jasotako edukiak irakatsi eta ikasteko prozesuaren euskarria dira; ikasleak trebetasun eta abilezia teknikoak, etorkizun profesionalean aurrera egiteko kontzeptuzko oinarri zabala eta lortu nahi den kualifikazioarekiko lanbide-nortasun koherentea islatuko duten portaerak eskura ditzan.

Honako dekretu hau bideratzean, Emakumeen eta Gizonen Berdintasunerako otsailaren 18ko 4/2005 Legearen 19. artikulutik 22. artikulura bitartean aurreikusten diren izapideak bete dira.

Ondorioz, Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura sailburuaren proposamenez, Lanbide Heziketako Euskal Kontseiluak emandako txostena eta gainerako aginduzko txostenak aztertuta, Euskadiko Aholku Batzorde Juridikoaren arabera, eta Jaurlaritzaren Kontseiluak 2013ko apirilaren 22an egindako bilkuran eztabaidatu eta onartu ondoren, hauxe

XEDATZEN DUT:

I. KAPITULUA

XEDAPEN OROKORRA

1. artikulua.— Xedea eta aplikazio-esparrua.

1.— Dekretu honek Salmentak eta Merkataritza-espazioak kudeatzeko goi-mailako teknikariaren tituluari dagozkion Lanbide Heziketako irakaskuntzetarako curriculumak ezartzen du Euskal Autonomia Erkidegorako.

2.— Ikastetxeak duen autonomia pedagogikoaren eta antolamendukoaren ildotik, hari dagokio bere Ikastetxearen Ikasketa Proiektua ezartzea, eta proiektu horretan ezarriko ditu bere irakas-kuntza-lanaren ezaugarriak eta nortasuna zehazteko, eta lanbide-moduluaren programazioak prestatzeari buruzko irizpideak finkatzeko beharrezko erabakiak.

3.— Ikastetxearen Ikasketa Proiektuaren esparruan, heziketa-zikloaren ardura duen irakasle taldeari eta, zehazki, irakasle bakoitzari dagokio programazioak prestatzea. Horretarako, ezar-tzen diren helburu orokorrak kontuan izan beharko ditu, lanbide-modulu bakoitzean bildutako ikaskuntzaren emaitzak eta edukiak errespetatu beharko ditu, eta irakaskuntzen erreferentziazko lanbide-profila hartu beharko du euskarri.

II. KAPITULUA:

TITULUAREN IDENTIFIKAZIOA ETA LANBIDE PROFILA

2. artikulua.— Tituluaren identifikazioa.

Salmentak eta merkataritza-espazioak kudeatzeko goi-mailako teknikariaren titulua elementu hauek identifikatzen dute:

- Izena: Salmentak eta merkataritza-espazioak kudeatzea.
- Maila: Goi Mailako Lanbide Heziketa.
- Iraupena: 2.000 ordu.
- Lanbide-arloa: Merkataritza eta marketina.
- Irakaskuntzaren Nazioarteko Sailkapen Normalizatuko erreferentea: CINE-5b.
- Goi-mailako hezkuntzako kualifikazioen Espainiako esparruan duen Maila: 1. maila, goi-mailako teknikaria.

3. artikulua.— Lanbide-profila.

Tituluari dagokion lanbide-profila konpetentzia orokorraren; konpetentzia profesionalen, pertso-nalen eta sozialen; lanbide-kualifikazioen, eta konpetentzia-atalen bidez adierazten da.

1.— Titulu honen konpetentzia orokorra honetan datza: produktuak eta zerbitzuak salerosteko eta banatzeko merkataritza-eragiketak kudeatzea eta merkataritza-espazioen ezarpena eta ani-mazioa antolatzea, kalitateko, segurtasuneko eta arriskuen prebentzioko irizpideen arabera eta indarrean dagoen legeria aplikatuta.

2.— Konpetentzia profesionalak, pertsonalak eta sozialak.

Honako hauek dira titulu honen konpetentzia profesionalak, pertsonalak eta sozialak:

a) Merkataritza-enpresa bat eratzeako eta abiarazteko beharrezko izapideak gauzatzea, enpre-saren errentagarritasun ekonomikoa eta finantzarioa lortzeko beharrezkoak gerta daitezkeen finantza-baliabideak eskuratzeko plangintza eta kudeaketa eginda.

b) Marketineko politikak eta planak osatzen eta horien segimendua egiten laguntzea, marketing mixeko aldagaiak aztertuta enpresak zehaztutako merkataritzako helburuak lortzeko.

c) Marketin digitaleko ekintzak planifikatzea eta garatzea, web guneak eta komunikazio-sistemak kudeatuta Internet bidez, enpresaren marketineko eta merkataritza elektronikoko politikako helburuak lortzeko.

d) Merkatuei buruzko informazio fidagarria lortzea, aztertzea eta antolatzea teknika estatistikoak aplikatuta eta informazio-sistema eraginkorra ezartzea, merkataritza-estrategiak zehazteko eta marketineko erabakiak hartzeko lagungarria izan dadin.

e) Merkataritza-espazioak ezartzea eta erakusleihoak muntatzea, antolatzea eta gainbegiratzeko, diseinuari eta materialei buruzko zehaztapenak zehaztuta, balizko bezeroak erakarriko dituen merkataritza-espazioaren irudi zehatza helarazteko eta ezarritako merkataritza-helburuak lortzeko.

f) Produktuen eta zerbitzuen ezarpena antolatzea eta kontrolatzea eta sustapen-ekintzak garatzea merkataritza-espazioetan, sustapen-kanpainen aukera zabaltasuna eta jardun-ildoak zehaztuta, ezarritako merkataritza-helburuak lortzeko.

g) Salmenta-plana osatzea eta produktuak edo zerbitzuak merkaturatzea nahiz bezeroen arreta kudeatzea, merkaturatzeko bide bakoitzean salmenta- eta negoziazio-teknika egokiak aplikatuta, marketin-planean ezarritako helburuak eta bezeroen gogobetetzea nahiz leialtasuna lortzeko.

h) Salmenta-indarra kudeatzea, saltzaileen aukeraketa, motibazioa eta ordainketa gauzatuta, merkataritza-jardueren estrategiak eta jardun-ildoak zehaztuta eta giza baliabideak nahiz baliabide teknikoak antolatuta eta gainbegiratuta, salmenta-helburuak lortzeko.

i) Produkzio- eta banaketa-planetan behar diren materialen eta baliabideen hornikuntza antolatzea eta kontrolatzea, kantitatea, kalitatea, lekua eta epeak bermatuta, antolamenduak eta bezeroak ezarritako helburuak betetzeko.

j) Salgaien biltegiatzea antolatzea, haien osotasuna eta eskuragarri dauden bitartekoen eta espazioen aprobetxamendu onena bermatuko duten baldintzetan, betiere ezarritako prozedurei jarraiki.

k) Ingeleseztar jarduteko erraztasuna, hala hitzez nola idatziz, salerosketa eragiketetan esku hartzen duten eragile eta erakunde guztiekin.

l) Lan-egoera berrietara egokitzea, dagokion lanbide-inguruneari buruzko ezagupen zientifikoei, teknikoei eta teknologikoei eutsiz, bere prestakuntza eta bizialdi osoko ikaskuntzan dauden baliabideak kudeatuta, eta informazio- eta komunikazio-teknologiak erabilita.

m) Dagokion konpetentziaren esparruan, egoerak, arazoak edo gorabeherak ekimenez eta autonomiaz ebaztea, sormenez, berritasunez, eta norberaren eta gainerako taldekideen lanean hobetzeko espirituz.

n) Lan-taldeak arduraz antolatu eta koordinatzea, eta, horretarako, haien garapena ikuskatzea, harreman arinak izanez, lidergoa bere gain hartuz eta sortzen diren talde-gatazketarako konponbideak ekarriz.

ñ) Maila berekoekin, nagusiekin, bezeroekin eta bere erantzukizunpean dituen pertsonekin komunikatzea, komunikabide eraginkorrak erabilita, informazio edo ezagupen egokiak helaraziz, eta bere lanaren esparruan esku hartzen duten pertsonen autonomia eta konpetentzia errespetatuz.

o) Beraren eta taldearen lana garatzean ingurune seguruak sortzea, laneko eta ingurumenerako arriskuen prebentzio-prozedurak aplikatuta, araudian ezarritakoaren eta enpresaren helburuen arabera.

p) Produkzioko edo zerbitzugintzako prozesuetan bildutako lanbide-jardueretan, kalitatea, irisgarritasun unibertsala eta guztientzako diseinua kudeatzeko prozedurak ikuskatu eta aplikatzea.

q) Enpresa txiki bat sortu eta abiarazteko oinarrizko kudeaketa egitea, eta dagokion lanbide-jardueran ekimena izatea, gizarte-erantzukizuneko zentzuaz.

r) Dagokion jardueraren ondoriozko eskubideak baliatzea eta betebeharrak betetzea, indarrean dagoen legerian ezarritakoaren arabera, eta bizitza ekonomikoan, sozialean eta kulturean aktiboki parte hartuz.

3.– Titulu honetan biltzen diren Lanbide Kualifikazioen Katalogo Nazionaleko kualifikazioen eta konpetentzia-atalen zerrenda:

– Lanbide-kualifikazio osoa:

a) Merkataritzako guneak ezartzea eta animatzea. COM158_3 (irailaren 16ko 1087/2005 Errege Dekretua). Konpetentzia-atal hauek barne hartzen ditu:

UC0501_3: Merkataritza-espazioen ezarpena finkatzea.

UC0502_3: Salmenta-azaleran produktuen/zerbitzuen ezarpena antolatzea.

UC0503_3: Merkataritza-espazioetan sustapen-ekintzak antolatzea eta kontrolatzea.

UC0504_3: Saltokian erakusleihoak muntatzeko lanak antolatzea eta gainbegiratzea.

– Osatu gabeko lanbide-kualifikazioak:

b) Salmenten merkataritza-kudeaketa. COM314_3: (109/2008 Errege Dekretua, otsailaren 1ekoa). Konpetentzia-atal hauek hartzen ditu barnean:

UC1000_3: Merkataritza-estrategiak eta jardunak definitzeko beharrezkoa den informazioa lortzea eta prozesatzea.

UC1001_3: Salmenta-indarra kudeatzea eta saltzaile-taldea koordinatzea.

UC0239_2: Produktuak eta/edo zerbitzuak egun dauden merkaturatze-bideen bitartez saltzea.

UC0503_3: Merkataritza-espazioetan sustapen-ekintzak antolatzea eta kontrolatzea.

c) Marketina eta komunikazioa kudeatzea. COM652_3: (1550/2011 Errege Dekretua, urriaren 31koa). Konpetentzia-atal hauek biltzen ditu:

UC2185_3: Marketin-plana eta politikak definitzen eta haien jarraipena egiten laguntzea.

d) Merkatuak ikertzen laguntzea. COM312_3: (109/2008 Errege Dekretua, otsailaren 1ekoa). Konpetentzia-atal hauek hartzen ditu barnean:

UC0993_3: Merkatuak ikertzeko beharrezkoak diren informazioa eta tresnak prestatzea.

UC0997_3: Merkatuen ikerketa abiapuntu hartuta, aztertze eta ondorioak lortzeko lanetan laguntzea.

e) Biltegiak antolatzea eta kudeatzea. COM318_3: (109/2008 Errege Dekretua, otsailaren 1ekoa). Konpetentzia-atal hauek hartzen ditu barnean:

UC1014_3: biltegia aurreikusitako irizpideen eta jarduera-mailen arabera antolatzea.

UC1015_2: biltegiko eragiketak kudeatzea eta koordinatzea.

f) Hornikuntza kudeatzea eta kontrolatzea. COM315_3: (109/2008 Errege Dekretua, otsailaren 1ekoa). Konpetentzia-atal hauek hartzen ditu barnean:

UC1003_3: Hornikuntza-plana prestatzen laguntzea.

UC1004_3: Hornikuntza-programaren jarraipena eta kontrola egitea.

g) Errepideko garraioaren merkataritza- eta finantza-kudeaketa. COM651_3: (1550/2011 Errege Dekretua, urriaren 31koa). Konpetentzia-atal hauek biltzen ditu:

UC2183_3: Errepideko garraioaren jarduera ekonomikoa eta finantzarioa kudeatzea.

4. artikulua.– Lanbide-ingurunea.

1.– Lanbide-irudi hau dutenek edozein produkzio-sektoretako enpresetan egingo dute lan, batez ere merkataritza eta marketin publikoaren eta pribatuaren sektoreko enpresetan, produktuak eta zerbitzuak salerosteko jarduerak planifikatzeko, antolatzeko, kudeatzeko eta merkataritza-espazioak diseinatzeko, ezartzeko eta kudeatzeko funtzioak betez.

Beren enpresa kudeatzen duten norberaren konturako langileak dira, produktuak eta zerbitzuak salerosteko jarduerak egiten dituztenak, edo besteren konturako langileak, salmentetako, merkataritzako edo marketineko sailean lan egiten dutenak, honako azpisektore hauen barruan:

Industria, merkataritza eta nekazaritza; salmentetako, merkataritzako edo marketineko sailean.

Handizkako edo txikizkako merkataritzako banaketako enpresak; erosketa-sailean, salmentetakoan, merkataritza-espazioen diseinu eta ezarpenekoan, merkataritzakoan edo marketinekoan.

Finantza-erakundeak eta aseguru-etxeak; salmentetako, merkataritzako edo marketineko sailean.

Merkataritzako bitartekaritza-enpresak, hala nola merkataritza-agentziak, eta merkataritza eta lege alorreko aholkularitza-enpresak, besteak beste.

Enpresa inportatzaileak, esportatzaileak eta banatzaileak/merkaturatzaileak.

Logistikako eta garraioko enpresak.

Elkarteak, erakundeak, organismoak eta gobernuz kanpoko erakundeak (GKE).

2.– Lanbide eta lanpostu garrantzitsuenak hauek dira:

Salmenta-burua.

Merkataritzako ordezkaria.

Merkataritza-agentea.

Dendako arduraduna.

Saltoki bateko sekzioko arduraduna.

Saltzaile teknikoa.

Saltzaileen koordinatzailea.

Telemarketineko gainbegiratzailerak.

Merchandiser-a.

Merkataritzako erakusleho-apaintzailea.

Merkataritza-espazioen diseinatzailea.

Salmenta-puntuko sustapen-arduraduna.

Merkataritza-espazioen ezarpeneko espezialista.

III. KAPITULUA

HEZIKETA-ZIKLOAREN IRAKASGAIAK, ESPAZIOAK ETA EKIPAMENDUAK, ETA IRAKASLEAK

5. artikulua.— Heziketa-zikloaren irakasgaiak.

Heziketa-zikloaren irakasgaietan honako alderdi hauek sartzen dira:

1.— Heziketa-zikloaren helburu orokorrak:

a) Erabilgarri dauden finantza-iturriak eta produktuak, hala nola kredituak, maileguak eta bestelako finantza-tresnak, eta izan litezkeen diru-laguntzak ezagutzea eta baloratzea eta enpresarentzat komenigarrienak direnak hautatzea; kontabilitate-informazioa aztertzea, eta kostuak, arriskuak, baldintzak eta finantza-erakundeek exijitutako bermeak ebaluatzea, jarduera garatzeko beharrezkoak diren finantza-baliabideak lortzeko.

b) Oinarrizko txostenak eta briefingak egitea, eta marketing mixeko aldagaien merkataritza-estrategiak aztertzea eta definitzea, marketin-planak eta politikak lantzen eta haien jarraipena egiten laguntzeko.

c) Internet bitartezko komunikazioaren teknologia berriak erabiltzea, eta, eginkizun horretan, web orri korporatiboak eraikitzea, ostatatzea eta mantentzea, eta komunikazio-sistema digitalak kudeatzea, marketin digitaleko ekintzak planifikatzeko eta gauzatzeko.

d) Merkataritza-ikerketako planak diseinatzea, eta, horretarako, informazio-premiak zehaztea eta merkatuetako informazio fidagarria lortzeko eta antolatzekeo beharrezkoak diren bigarren mailako eta lehen mailako datuak biltzea.

e) Merkataritza-txostenak egitea, merkatutik estatistika-teknikak aplikatuz lortutako informazioa aztertuta, marketineko informazio-sistema (MIS) eraginkorra ezartzeko.

f) Erdietsi nahi diren irudia eta merkataritza-helburuak lortzea ahalbidetuko duten kanpoko eta barneko elementuak zehaztea, merkataritza-espazioen ezarpena antolatzekeo eta gainbegiratzeko.

g) Enpresaren edo markaren irudi korporatiboa transmititzea lortuko duten diseinu-zehaztapenak eta materialak definitzea, merkataritza-espazioetako erakuslehoak muntatzeko lanak antolatzekeo eta gainbegiratzeko.

h) Aukeraren zabaltasuna eta sakontasuna zehaztea, baita salmenta-azaleran dagokion koka-pena ere, eta baliabide materialak eta giza baliabideak eraginkortasun-irizpideen arabera esleitzea, produktuen edo zerbitzuen ezarpena antolatzeke eta kontrolatzeko.

i) Sustapen-kanpainen plana zehaztea, eta, horretarako, giza baliabideak hautatzea eta prestatzea, merkataritza-espazioetan sustapen-ekintzen garapena antolatzeke eta kontrolatzeko.

j) Salmenta-argumentarioak eta merkataritza-jarduneko ildoak definitzea, bezeroengandik datorren informazioa, salmenta-sarea, produktuaren briefinga eta merkatuen informazio-sistema aztertuta, salmenta-plana lantzeko.

k) Bezeroekin salerosketa-kontratuak negoziatzea eta ixtea, eta, horretarako, salmenta-teknika egokiak erabiltzea eta bezeroei kalitateko zerbitzua egitea, produktuen edo zerbitzuen merkatura-tzea eta salmenta eta bezeroarentzako arreta kudeatzeko.

l) Salmenta-taldea dimentsionatzea, eta, horretarako, saltzaileak hautatzeko, prestatzeko, motibatzeke eta ordaintzeko irizpideak finkatzea, taldea gidatzea eta antolatzea, eta merkataritza-jardunaren jarraipenerako eta kontrolerako neurriak ezartzea, salmenta-indarra kudeatzeko.

m) Produkzio- eta banaketa-planetan behar diren materialak eta baliabideak aztertzea, eta materialen eta produktuen fluxuak prozesuaren helburuetara, epeetara eta kalitatera egokituta programatzea, materialen eta salgaien hornikuntza egiteke eta kontrolatzeko.

n) Biltegi baten antolamenduan aplika daitezkeen biltegitratzeko prozesuak eta stockak kudeatzeko metodoak aztertzea, barne-banaketa eta salgaiak manipulatzeko sistema baloratzea eta segurtasunari eta higieneari buruzko indarreko araudia aplikatzea, haien osotasuna bermatuz eta erabilgarri dauden baliabideak optimizatuz, salgaien biltegitratzea antolatzeke.

ñ) Bezeroekiko, hornitzaileekiko, erakunde publikoekiko, nazioko eta nazioarteko bankuekiko eta merkataritzako eragiketetan esku hartzen duten gainerako operadoreekiko harremanak ingelesez kudeatzea.

o) Sektorearen bilakaera zientifikoarekin, teknologikoarekin eta antolamendukoarekin lotutako ikaskuntza-aukerak eta baliabideak, eta informazio- eta komunikazio-teknologiak aztertu eta erabiltzea, eguneratzeko espirituari eusteko, eta lanaren eta norberaren egoera berrietara egokitzeke.

p) Sormena eta berrikuntzako izpiritua garatzea, lanaren eta norberaren bizitzaren prozesuetan eta antolamenduan agertzen diren erroenkei erantzuteke.

q) Erabakiak oinarrituta hartzea, inplikaturako aldagaiak aztertuta, hainbat esparrutako jakintzak bilduta, eta horietan erratzeko arriskuak eta aukera onartuta; mota orotako egoerei, arazoei eta gorabeherai aurrea hartu eta horiek ebazteke.

r) Gidaritza, motibazio, gainbegiratze eta komunikazioko teknikak garatzea talde-laneko testuinguruetan, betiere lan-taldean antolamendua eta koordinazioa errazteke.

s) Komunikatzeko estrategiak eta teknikak aplikatzea, transmitituko diren edukietara, xedera eta hartzaileen ezaugarrietara egokituta, komunikazio-prozesuetan eraginkortasuna ziurtatzeko.

t) Laneko arriskuen prebentzioko eta ingurumen-babeseko egoerak ebaluatzea, eta prebentzio-neurri pertsonalak eta kolektiboak proposatu eta aplikatzea, lan-prozesuetan aplikatu beharreko araudiaren arabera; ingurune seguruak ziurtatzeko.

u) Irisgarritasun unibertsalari eta «guztientzako diseinuari» erantzuteke beharrezko lanbide-ekintzak identifikatu eta proposatzea.

v) Ikasteko prozesuan egindako lan eta jardueretan kalitate-parametroak identifikatzea eta aplikatzea, ebaluazioaren eta kalitatearen kultura baloratzeko eta kalitatea kudeatzeko prozedurak gainbegiratzeko eta hobetzeko gai izateko.

w) Ekintzailatzako, enpresako eta ekimen pertsonaleko kulturarekin lotzen diren prozedurak erabiltzea, enpresa txiki baten oinarritzko kudeaketa egiteko edo lan bat egiteko.

x) Baldintza sozialak eta lanekoak arautzen dituen lege-esparrua kontuan izanda, gizarteko agente aktibo gisa dituen eskubideak eta betebeharrak zein diren jakitea, herritar demokratiko gisa parte hartzeko.

2.– Honakoa da heziketa-zikloa osatzen duten lanbide-moduluen zerrenda:

a) Erakusleiho-apainketa eta merkataritza-espazioen diseinua.

b) Produktuak eta sustapenak salmenta-puntuak kudeatzea.

c) Salmenta-taldearen antolamendua.

d) Salmenta- eta negoziazio-teknikak.

e) Marketin-politikak.

f) Marketin digitala.

g) Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa.

h) Biltegiatzeko logistika.

i) Hornitzeko logistika.

j) Merkataritza-ikerketa.

k) Ingelesa.

l) Salmentak eta merkataritza-espazioak kudeatzeko proiektua.

m) Laneko prestakuntza eta orientabidea.

n) Lantokiko prestakuntza.

I. eranskinean zehaztu da lanbide-moduluen ordu-esleipena eta lanbide-moduluak zein kurtso-tan eman beharko diren.

Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Sailak arautu ditzakeen heziketa-eskaintzen araberak egokitu ahal izango da moduluen ordu-esleipena eta moduluak zein kurtso-tan emango diren, dekretu honen 11. artikuluan xedatutakoarekin bat eginik.

3.– Lanbide-modulu bakoitzerako, ikaskuntzaren emaitzak (prestakuntzaldia amaitzean ikasleak jakin, ulertu eta egin dezan espero dena deskribatzen dutenak), eta ebaluazio-irizpideak eta eman beharreko edukiak ezartzen dira. II. eranskinean ezarri da hori guztia.

4.– Lantokiko prestakuntzako moduluak, bestalde, bigarren kurtso azken hamahiru asteetan garatuko da, eta ikastetxean egindako lanbide-modulu guztien ebaluazio positiboa lortu ondoren egingo da.

6. artikulua.— Espazioak eta ekipamenduak.

Prestakuntza garatzeko, eta ezarritako emaitzak eta konpetentziak lortzeko gutxieneko espazioak eta ekipamenduak III. eranskinean zehaztu dira.

7. artikulua.— Irakasleak.

1.— Heziketa-zikloko lanbide-modulu bakoitzerako irakasleen espezialitateak eta irakasteko eskumena IV. eranskinaren 1. atalean ezarri dira.

2.— Irakaskuntza-kidegoetako irakasleei oro har eskatzen zaizkien titulazioak otsailaren 23ko 276/2007 Errege Dekretuaren 13. artikuluan ezarritakoak dira. Izan ere, Errege Dekretu horrek onartzen du Hezkuntzako maiatzaren 3ko 2/2006 Lege Organikoan aipatzen diren irakasle-kidegoetako espezialitate berrietan sartzeko eta eskuratzeko araudia, eta arautzen du Lege horren hamazazpigarren xedapen iragankorrean adierazten den sarrerako aldi baterako erregimena. Irakasleen espezialitateetarako 1. atalean adierazten diren titulazio baliokideak (irakaskuntzaren ondorioetarako) IV. eranskinaren 2. atalean jaso dira.

3.— Hezkuntzakoaz bestelako administrazioetan barnean hartuta dauden titulartasun pribatuko nahiz titulartasun publikoko ikastetxeetako irakasleentzat, titulua osatzen duten lanbide-moduluak emateko beharrezko titulazioak eta eskakizunak Dekretu honen IV. eranskinaren 3. atalean eman dira aditzera. Nolanahi ere, aditzera emandako titulazio horiek lortzeko irakaskuntzek lanbide-moduluen helburuak bete beharko dituzte. Helburu horiek barnean hartuta ez badaude, titulazioaz gain, lanbide-arlo horrekin lotzen den sektorean gutxienez hiru urteko lan-esperientzia frogatu beharko da ziurtagiri bidez —irakaskuntzaren emaitzekin inplizituki lotzen diren enpresetan produkzio-jarduerak garatzen hiru urteko esperientzia frogatu beharko du ziurtagiriak—.

IV. KAPITULUA

BESTE IKASKETA BATZUETARAKO SARBIDEAK ETA LOTURA. BALIOZKOTZEAK, SALBUESPENAK ETA EGOKITASUNAK. BALIOKIDETASUNAK, ETA ONDORIO AKADEMIKOAK ETA PROFESIONALAK. URRUTIKO ESKAINTZA ETA BESTELAKO MODALITATEAK

8. artikulua.— Heziketa-ziklo honetan sartzeko lehentasunak, egindako Batxilergoko modalitatei eta gaiei dagokienez.

Heziketa-ziklo honetan sartzeko lehentasuna izango dute Giza eta Gizarte Zientzien Batxilergoko modalitatea egin duten ikasleek.

9. artikulua.— Beste ikasketa batzuetarako sarbideak eta lotura.

Salmentak eta merkataritza-espazioak kudeatzeko goi-mailako teknikariaren tituluaren jabe izateak honako hauek ahalbidetzen ditu:

1.— Goi-mailako edozein heziketa-ziklora zuzenean sartzeko, betiere ezartzen diren onarpen-baldintzak beteta.

2.— Graduako unibertsitate-titulueta bideratzen duten irakaskuntzetara zuzenean sartzeko, betiere ezartzen diren onarpen-baldintzak beteta.

3.— Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Sailak zehaztuko du Salmentak eta Merkataritza-espazioak Kudeatzeko Goi-mailako Teknikariaren tituluak eta berarekin loturaren bat duten uni-

bertsitate mailako tituluak baliozkotzeko araubidea. Baliozkotzeko erregimena errazteko, 120 ECTS kreditu esleitu dira dekretu honetan ezarritako irakaskuntzetan, heziketa-zikloko lanbide-moduluen artean.

10. artikulua.– Baliozkotzeak, salbuespenak eta egokitasunak.

1.– Hezkuntzari buruzko maiatzaren 3ko 2/2006 Lege Organikoaren babesean Laneko prestakuntza eta orientabidea modulua edo Enpresa eta ekimen sortzailea modulua gaindituta dituenak modulu horiek baliozkotuta izango ditu lege horren babespeko beste edozein ziklotan.

2.– Hezkuntza-sistemaren antolamendu orokorrari buruzko urriaren 3ko 1/1990 Lege Organikoaren babesean ezarritako lanbide-moduluen eta maiatzaren 3ko 2/2006 Lege Organikoaren babesean ezarritakoen arteko baliozkotzeak V. eranskinean adierazten dira.

3.– Euskal Autonomia Erkidegoaren esparruan hezkuntza-sistemako lanbide-heziketaren antolamendu orokorra ezartzen duen otsailaren 26ko 32/2008 Dekretuaren 27. artikuluan ezarritakoaren arabera, Lantokiko prestakuntza lanbide-modulua osorik edo zati batean salbuestea erabaki ahal izango da, baldin eta heziketa-ziklo honekin lotutako lan-esperientzia egiaztatzen bada, artikulua horretan jasotako baldintzen arabera.

4.– Laneko esperientziaren bidez eskuratutako lanbide-konpetentziak aintzat hartzeko uztailaren 17ko 1224/2009 Errege Dekretuan ezarritako prozeduraren bitartez, titulu honetan barnean hartzen diren konpetentzia-atal guztiak egiaztatu dituztenek Laneko prestakuntza eta orientabidea modulua baliozkotzea eskatu ahal izango dute, baldin eta:

- Urtebeteko lan-esperientzia, gutxienez, egiaztatzen badute.
- Jarduera prebentiboaren oinarritzko funtzioak betetzeko ezarritako prestakuntzaren egiaztatzea badute –Prebentzio-zerbitzuen erregelamendua onartzen duen urtarrilaren 17ko 39/1997 Errege Dekretuan xedatutakoaren arabera emandako egiaztatzea izango da–.

5.– Salmentak eta merkataritza-espazioak kudeatzeko goi-mailako teknikariaren tituluaren irakaskuntzako lanbide-moduluen eta konpetentzia-atalen arteko egokitasuna –horiek baliozkotzeko edo salbuesteko– eta titulu honetako lanbide-moduluen eta konpetentzia-atalen arteko egokitasuna –horiek egiaztatzeko– VI. eranskinean jasotzen da.

11. artikulua.– Urrutiko eskaintza eta bestelako modalitateak.

Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura Sailak ziklo honetako irakaskuntzak araubide orokorrean ezarritakoaz bestelako eskaintza osoaren modalitatean eta urrutiko irakaskuntzan edo beste modalitate batzuetan eskaini ahal izateko baimena eta eskaintza horren oinarritzko alderdiak (hala nola, moduluen iraupena eta sekuentziazioa) arautuko ditu, hala badagokio.

LEHENENGO XEDAPEN GEHIGARRIA.– Titulazio baliokideak eta lanbide-trebakuntzekiko lotespena.

1.– Hezkuntzari buruzko maiatzaren 3ko 2/2006 Lege Organikoaren hogeita hamaikagarren xedapen gehigarrian ezarritakoaren arabera, Hezkuntzari eta Hezkuntzako Erreforma Finantzazari buruzko abuztuaren 4ko 14/1970 Lege Orokorreko teknikari espezialistaren tituluak –ondoren zerrendatzen direnek– azaroaren 4ko 1573/2011 Errege Dekretuan ezarritako Salmentak eta Merkataritza-espazioak kudeatzeko goi-mailako teknikariaren tituluaren ondorio profesional berberak izango dituzte. Hona aipatutako tituluak:

Biltegietako teknikari espezialista. Administrazioa eta Merkataritza adarra.

Merkataritzako teknikari espezialista. Administrazioa eta Merkataritza adarra.

Publizitateko teknikari espezialista. Administrazioa eta Merkataritza adarra.

Marketineko teknikari espezialista. Administrazioa eta Merkataritza adarra.

Harreman publikoetako teknikari espezialista. Administrazioa eta Merkataritza adarra.

Merkataritzako teknikaria. Administrazioa eta Merkataritza adarra.

2.— Uztailaren 22ko 1651/1994 Errege Dekretuak ezarritako Merkataritza-kudeaketako eta Marketineko Goi Mailako Teknikariaren tituluak azaroaren 4ko 1573/2011 Errege Dekretuan ezarritako Salmentak eta Merkataritza-espazioak Kudeatzeko Goi Mailako Teknikariaren tituluaren ondorio profesional eta akademiko berberak izango ditu.

3.— Dekretu honetan Laneko Prestakuntza eta Orientabidea lanbide-modulurako ezarritako prestakuntzak trebatu egiten du prebentzio-zerbitzuen araudia onartzen duen urtarrilaren 17ko 39/1997 Errege Dekretuan ezarritako laneko arriskuen prebentzioko oinarrizko mailako jardueren baliokideak izango diren lanbide-erantzukizunak gauzatzeko, baldin eta gutxienez 45 eskola-ordu ematen badira.

BIGARREN XEDAPEN GEHIGARRIA

Lanbide Heziketako eta Etengabeko Ikaskuntzako Sailburuordetzak aukera izango du dekretu honen I. eranskinean ezarritakoaz bestelako iraupena duten proiektuak baimentzeko, baldin eta moduluen kurtsoakako banaketa aldatzen ez bada eta titulua sortzeko errege-dekretuan modulu bakoitzari esleitutako gutxieneko orduak errespetatzen badira.

AZKEN XEDAPENA.— Indarrean jartzea.

Dekretu hau Euskal Herriko Agintaritzaren Aldizkarian argitaratzen den egunaren biharamunean jarriko da indarrean.

Vitoria-Gasteizen, 2013ko apirilaren 22an.

Lehendakaria,
IÑIGO URKULLU RENTERÍA.

Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kultura sailburua,
CRISTINA URIARTE TOLEDO.

APIRILAREN 22KO 342/2013 DEKRETUAREN I. ERANSKINA

LANBIDE MODULUEN ZERRENTA, ORDU ESLEIPENA ETA KURTSOA

Kodea	Lanbide modulua	Ordu esleipena	Kurtsoa
0926	1.–Erakusleho-apainketa eta merkataritza-espazioen diseinua	165	1.a
0927	2.– Produktuak eta sustapenak salmenta-puntuan kudeatzea	99	1.a
0928	3.– Salmenta-taldean antolamendua	140	2.a
0929	4.– Salmenta- eta negozioazio-teknikak	120	2.a
0930	5.– Marketin-politikak	132	1.a
0931	6.– Marketin digitala	198	1.a
0623	7.– Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa	160	2.a
0625	8.– Biltegitratzeko logistika	100	2.a
0626	9.– Hornitzeko logistika	80	2.a
1010	10.– Merkataritza-ikerketak	132	1.a
0179	11.– Ingelesa	165	1.a
0932	12.– Salmentak eta merkataritza-espazioak kudeatzeko proiektua	50	2.a
0933	13.– Lan Prestakuntza eta Orientabidea	99	1.a
0934	14.– Lantokiko prestakuntza	360	2.a
	Zikloa, guztira	2.000	

APIRILAREN 22KO 342/2013 DEKRETUAREN II. ERANSKINA

LANBIDE MODULUAK: IKASKUNTZAREN EMAITZAK, EBALUAZIO IRIZPIDEAK ETA EDUKIAK

1. Lanbide-modulua: Erakusleihen-apainketa eta merkataritza-espazioen diseinua

Kodea: 0926

Maila: 1.a

Iraupena: 165 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 6

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Merkataritza-espazio bat banatzeko eta antolatze diseinua egiten du, eta hura osatzen duten oinarriko elementuak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza-espazio bat definitzeko garrantzizkoa den informazioa aztertu du: enpresarena, lehiakideena, kontsumitzailearena eta produktu edo zerbitzuarena.

b) Ezarpen-proiektu bat egiteko beharrezkoak diren barneko eta kanpoko informazio-iturriak, on line eta off line, erabili ditu.

c) Barneko eta kanpoko merkataritza-espazioak banatzeko teknika nagusiak identifikatu ditu.

d) Aplikatzekoa den araudia errespetatzen duten merkataritza-espazioak diseinatu ditu.

e) Merkataritza-espazioak banatzeko teknika bakoitzak kontsumitzailearengan sortzen dituen efektu psikologikoak zehaztu ditu.

2.– Ezarpena zehazten duten barneko eta kanpoko elementuak hautatzen ditu, eta espazio eta informazio zehatz batera egokitzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Ezarpenaren funtzioak eta helburuak definitu ditu.

b) Barneko eta kanpoko elementuak definitzeko funtsezko parametroak identifikatu ditu.

c) Elementuak merkataritza-espazioaren barnealdean eta kanpoaldean ezartzeko oinarriko informazioa landu du.

d) Saltokian hautemandako gune hotzak berotzeko proposamenak egin ditu.

e) Saltokiaren hasierako ezarpenari lotutako neurri zuzentzaileak ezarri ditu.

3.– Merkataritza-espazioak ezartzeko proiektuak lantzen ditu, eta, horretarako, irizpide ekonomikoak eta merkataritzakoak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Ezarpen-proiektuak landu ditu, eta, horretarako, saltokiaren barneko eta kanpoko elementuak diseinatu ditu, eta errentagarritasuna eta enpresa-irudia kontuan hartu ditu.

b) Ezarpen-aurrekontuak landu ditu, eta, horretarako, ezarpenaren barneko eta kanpoko elementuak ekonomikoki baloratu ditu, eta beharrezkoak diren giza baliabideak eta baliabide materialak zehaztu ditu.

c) Egin behar diren lanak eta dagozkien denborak antolatzeko kronogramak prestatu ditu.

d) Irizpide ekonomikoak eta komertzialak aplikatu ditu merkataritza-espazioko ezarpena gauzatzeko.

e) Ezarpena antolatzeko eta gauzatzeko prozesuan sor daitezkeen gorabeherei konponbidea aurkitzeko neurriak proposatu ditu.

4.– Erakusleihen konposizioa eta muntaia egiteko irizpideak zehazten ditu, eta, horretarako, kontsumitzailearen psikologiari buruzko informazioa, joerak, irizpide estetikoak eta merkataritza-irizpideak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Erakusleho-apainketako teknika bakoitzak kontsumitzailearen gainean dituen efektu psikologikoak identifikatu ditu.

b) Erakusleho baten funtzioak eta helburuak ezarri ditu.

c) Erakusleho batek salmenta-bolumenaren gainean duen inpaktua baloratu du.

d) Erakusleho baterako materialak hautatzeko irizpideak definitu ditu, bezero potentzialen eta lortu nahi diren efektuen arabera.

e) Hainbat erakusleihoren diseinua eta muntaia aztertu ditu.

f) Erakusleihoaren konposizioa eta muntaia egiteko irizpideak definitu ditu.

5.– Hainbat erakusleiho mota diseinatzen ditu, aldez aurretik definitutako helburu teknikoak, komertzialak eta estetikoak errespetatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Erakusleiho bat osatzen duten elementuak, materialak eta instalazioak hautatu ditu.

b) Erakusleiho-apainketako hainbat teknika aplikatu ditu, kontsumitzailearen gainean dituzten efektu psikologikoak kontuan hartuta.

c) Hainbat kolore-konbinazio hautatu ditu efektu bisual desberdinak lortzeko.

d) Erakusleihoak proiektatzeko teknikak aplikatu ditu haien diseinua definitutako helburuen arabera egiteko.

e) Informatika-tresnak erabili ditu erakusleihen diseinuan espazioak banatzeko.

6.– Erakusleiho bat teknika egokien bidez muntatzeko lanak antolatzen ditu, eta, eginkizun horretan, arriskuen prebentzioari buruzko araudia aplikatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Erakusleiho-apainketako proiektuen oinarrizko terminologia aztertu du.

b) Erakusleiho-proiektuaren dokumentazio teknikoa eta helburuak interpretatu ditu.

c) Material eta argiztapen egokiak hautatu ditu.

d) Aldez aurretik definitutako erakusleihen muntaia gauzatzeko lanak antolatu ditu.

e) Erakusleihen konposizioa eta muntaia egin du.

B) Edukiak:

1.– Merkataritza-espazio bat banatzeko eta antolatzeko diseinua.

Merkataritza-espazio bat definitzeko garrantzizkoa den informazioa aztertzea: enpresarena, lehiakideena, kontsumitzailearena eta produktu edo zerbitzuarena.

Ezarpen-proiektu bat egiteko beharrezkoak diren barneko eta kanpoko datuak eta informazioa eta haien on line eta off line iturriak diseinatzea, lantzea, erabiltzea, tratatzea eta biltegiratzea.

Barneko eta kanpoko merkataritza-espazioak banatzeko teknika nagusiak eta haiek diseinatzeko eta planifikatzeko metodoak eta softwarea identifikatzea.

Aplikatzekoa den araudia errespetatzen duten merkataritza-espazioak diseinatzea, haiek diseinatzeko, tratatzeko eta aldatzeko informatika-tresnak erabiltzea, eta bezeroari aurkeztea.

Merkataritza-espazioak banatzeko teknika bakoitzak kontsumitzailearengan sortzen dituen efektu psikologikoak zehaztea.

Datu-baseak eta informazioa diseinatzeko, maneiatzeko eta tratatzeko metodoak eta irudiak tratatzeko aplikazioak.

Bezeroen azterketa eta ezagutza.

Kontsumitzailearen saltokiko portaera.

Erosketa baten prozesua gauzatzea.

Erosketa motak.

Kontsumitzailearen portaeraren barne-determinatzaileak:

Kontsumitzailearen portaeraren kanpo-baldintzatzaileak.

Banaketa eta marketina.

Merchandising-a.

Fabrikatzailearen merchandising-eko ekintzak.

Banatzalearen merchandising-eko ekintzak.

Merchandising-eko edo trade marketing-eko baterako ekintzak.

Merchandising-aren funtzio nagusiak.

Merchandising motak.

Merkataritza-espazioen diseinuari aplikatzekoa den araudia.

Bitarteko materialetan eta prozesuen antolamenduan berritzeko prestasun eta ekimen pertsonala izatea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeta.

2.– Ezarpena zehazten duten barneko eta kanpoko elementuak hautatzea.

Ezarpenaren funtzioak eta helburuak definitzea.

Barneko eta kanpoko elementuak definitzeko funtsezko parametroak identifikatzea.

Elementuak merkataritza-espazioaren barnealdean eta kanpoaldean ezartzeko oinarritzko informazioa lantzea.

Saltokian hautemandako gune hotzak berotzeko proposamenak egitea.

Saltokiaren hasierako ezarpenari lotutako neurri zuzentzaileak ezartzea.

Saltokiaren berezko puntu edo gune beroak eta hotzak.

Saltokiaren kanpoko arkitektura.

Sarbide-puntua berezko gune hotzen eta beroen arabera zehazteko metodoak.

Kanpoko elementuak.

Atea eta sarbide-sistemak.

Fatxada.

Bide publikoa publizitate-elementu gisa.

Kanpoko errotulua.

Kanpoko argiztapena.

Erakusleihoa.

Saltokiaren hall edo atondoa.

Kanpoko ezarpenerako araudia eta administrazio-izapideak.

Barneko elementuak.

Saltokiko giroa.

Korridoreen banaketa.

Sekzioen ezarpena.

Altzarien antolaera.

Saltokiaren banaketa-eskema (lay out) egiteko metodoa.

Zirkulazioa.

Segurtasun- eta higiene-araudia.

Bitarteko materialetan eta prozesuen antolamenduan berritzeko prestasun eta ekimen pertsonala izatea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeta.

3.– Merkataritza-espazioak ezartzeko proiektuak lantzea.

Ezartzeko eta hobetzeko proiektuak lantzea, eta, horretarako, saltokiaren barneko eta kanpoko elementuak diseinatzea, eta errentagarritasuna eta enpresa-irudia kontuan hartzea.

Ezarpen-aurrekontuak lantzea, eta, horretarako, ezarpenaren barneko eta kanpoko elementuak ekonomikoki baloratzea, eta beharrezkoak diren giza baliabideak eta baliabide materialak zehaztea.

Egin behar diren lanak eta dagozkien denborak antolatzeke kronogramak prestatzea.

Irizpide ekonomikoak eta komertzialak aplikatzea merkataritza-espazioko ezarpena gauzatzeko.

Ezarpena antolatzeke eta gauzatzeko prozesuan sor daitezkeen gorabeherei konponbidea aurkitzeke neurrien proposamena egitea.

Erakusleiho motak.

Erakusleihoaren elementuak.

Erakusleihoa ezartzeko aurrekontua.

Kronogramak edo erakusleihoaren denbora-plangintza egiteke metodoak.

Ezarpenerako irizpide ekonomikoak eta komertzialak.

Ezarpeneko gorabeherak.

Bitarteko materialetan eta prozesuen antolamenduan berritzeke prestasun eta ekimen pertsonala izatea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeta.

4.– Erakusleihoen konposizioa eta muntaia egiteke irizpideak.

Erakusleiho-apainketake teknika bakoitzak kontsumitzailearen gainean dituen efektu psikologikoak identifikatzea.

Erakusleiho baten funtzioak eta helburuak ezartzea.

Erakusleiho batek salmenta-bolumenaren gainean duen inpaktua baloratzea.

Erakusleiho baterake materialak hautatzeko irizpideak definitzea, bezero potentzialen eta lortu nahi diren efektuen arabera.

Hainbat erakusleihen diseinua eta muntaia aztertzea.

Erakusleihoaren konposizioa eta muntaia egiteke irizpideak definitzea.

Erakusleihoa eta komunikazioa.

Pertzepzioa eta oroimen selektiboa.

Irudia.

Asimetria eta simetria.

Forma geometrikoak.

Erakusleihoaren eraginkortasuna.

Erakusleihoaren eraginkortasuna kontrolatzeko ratioak kalkulatzeko metodoak.

Bitarteko materialetan eta prozesuen antolamenduan berritzeko prestasun eta ekimen pertsonala izatea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeta.

5.– Hainbat erakusleiho mota diseinatzea.

Erakusleiho bat osatzen duten elementuak, materialak eta instalazioak hautatzea.

Erakusleiho-apainketako hainbat teknika aplikatzea, kontsumitzailearen gainean dituzten efektu psikologikoak kontuan hartuta.

Hainbat kolore-konbinazio hautatzea efektu bisual desberdinak lortzeko.

Erakusleihoak proiektatzeko teknikak aplikatzea haien diseinua definitutako helburuen arabera egiteko.

Informatika-tresnak erabiltzea erakusleihoen diseinuan espazioak banatzeko.

Kolorea erakusleihoaren definizioan.

Argiztapena erakusleiho-apainketan.

Erakusleioa animatzeko elementuak.

Erakusleihoaren funtsezko alderdiak.

Erakusleihoen zirriborroak.

Espazioak diseinatzeko eta banatzeko informatika-programak.

Bitarteko materialetan eta prozesuen antolamenduan berritzeko prestasun eta ekimen pertsonala izatea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeta.

6.– Merkataritzako erakusleioa muntatzeko lanak antolatzea.

Erakusleiho-apainketako proiektuen oinarrizko terminologia aztertzea.

Erakusleiho-proiektuaren dokumentazio teknikoa eta helburuak interpretatzea.

Material eta argiztapen egokiak hautatzea.

Aldez aurretik definitutako erakusleihoen muntaia gauzatzeko lanak antolatzea.

Erakusleihoen konposizioa eta muntaia egitea.

Jardueren plangintza.

Materialak eta bitartekoak.

Muntatze-lanen kronograma.

Erakusleihoak muntatzeko erabili ohi diren teknikak.

Merkataritzako erakusleihoaren aurrekontua.

Aurrekontuak kalkulatzeko metodoak.

Zereginak eta proiektuak kudeatzeko erabiltzen diren informatika-programak.

Bitarteko materialetan eta prozesuen antolamenduan berritzeko prestasun eta ekimen pertsonala izatea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzea.

2. Lanbide-modulua: Produktuak eta sustapenak salmenta-puntuak kudeatzea

Kodea: 0927

Maila: 1.a

Iraupena: 99 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 6

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Produktu-aukeraren dimentsioa zehazten du, eta posizionamendu estrategikoa definitzen du saltokiaren kudeaketa optimoa lortzeko.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Produktu-aukera erabilgarri dagoen merkataritza-informazioaren arabera hautatu du.

b) Merkataritza-kudeaketako informatika-aplikazioak erabili ditu produktu-aukera aztertzeko.

c) Zorua eta espazioaren okupazio-koefizienteak kalkulatu ditu merkataritza-dentsitatea kalkulatu orri informatikoen bidez zehazteko.

d) Saltokiko metro linealak produktu- edo zerbitzu-familia bakoitzaren artean banatu ditu, informatika-programak erabilita.

e) Aukera produktu- eta zerbitzu-familietan segmentatu du merkataritza-helburuen arabera.

f) Aukeraren dimentsioa kalkulatzeko metodoak aplikatu ditu, salmenta-puntuaren errentagarritasuna ziurtatzeko.

g) Produktu- eta zerbitzu-familia bakoitzeko erreferentzia kopurua zehaztu du merkataritza-helburuen arabera.

h) Lehiakideen analisiak eta kontsumitzailearen itxaropenen azterketak egin ditu, aukeraren hautua hobetzeko.

2.– Produktu-aukera linealean merkataritza-irizpideen arabera ezartzeko prozedura zehazten du, eta mantentzeko eta birjartzeko eragiketak optimizatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Linealaren erakusketa-mailak ezarri ditu, merkataritza-balioa kontuan hartuta.
- b) Aukeraren erreferentziak linealari esleitu dizkio salmenta-planen arabera.
- c) Erreferentzia bakoitzerako facing kopuru optimoa kalkulatu du, merkataritza- eta antolamendu-irizpideen arabera.
- d) Informatika-aplikazioak erabili ditu lineala optimizatzeko.
- e) Linealak kokatzeko, birjartzeko eta mantentzeko eragiketetan beharrezkoak diren giza baliabideak eta baliabide materialak antolatzeko sistema zehaztu du.
- f) Sekzio edo jarduera bakoitzean produktuen ezarpen-denboraren arabera beharrezkoa den langile kopurua kalkulatu du.
- g) Linealak kokatzeko, birjartzeko eta mantentzeko argibide argiak eta zehatzak landu ditu, giza taldeari helarazteko.
- h) Produktuak birjartzeko lanak programatu eta antolatu ditu, linealean inoiz falta ez daitezen ziurtatzeko.

3.– Aukeraren ezarpenaren errentagarritasuna kalkulatu du, eta, horretarako, proposatutako helburuen gainean izan litezkeen desbideratzeak aztertu eta zuzentzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Salmenta-azaleraren errendimendua kalkulatu du, kalkulu-orri informatikoak erabilia.
- b) Tresna kualitatiboak eta kuantitatiboak eta kudeaketa- eta kalitate-parametroak erabili ditu produktuen ezarpena aldian behin baloratzeko.
- c) Produktu-familia baten finantza-eraginkortasuna kalkulatu du kalkulu-orri informatikoak erabilia.
- d) Aukeraren erreferentzia bat ezabatzea dakarten parametroak definitu ditu.
- e) Aukeraren erreferentzia berriak sartzeko beharrezkoak diren kalitatearen aldagaiak, sistemak edo irizpideak definitu ditu.
- f) Merchandising-eko politiken errentagarritasuna kalkulatu du informatika-aplikazio egokiaren bidez.
- g) Aplikaturako merchandising-eko politiken errentagarritasunari buruzko ondorioak eta emaitzak islatzen dituzten txostenak egin ditu.

4.– Salmenta-puntuan sustapen-ekintzak diseinatu ditu, merchandising-eko teknika egokiak aplikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Marketin-planean definitutako sustapen motarako egokiak diren merchandising-eko edo zuzeneko marketineko ekintzak identifikatu eta antolatu ditu.
- b) Informatika-aplikazioak erabili ditu sustapen-ekintzak antolatzeko eta planifikatzeko.
- c) Sustapen-ekintza burutzeko beharrezkoa den aurrekontua kalkulatu du.

- d) Sustapen-mezuaren forma eta edukia definitu du, salmenta- edo sustapen-planaren arabera.
- e) Sustapen-ekintzetarako beharrezkoak diren merkataritzako materialak eta euskarriak hautatu ditu.
- f) Sustapenak kokatzeko lekurik egokienak identifikatu ditu, bezeroak saltokiko leku gehienetik ibiltzera bultzatuko dituztenak.
- g) Bezeroa sustapen-eremuetarantz zuzentzeko beharrezkoak diren seinaleak egin eta kokatu ditu.
- h) Sustapen-ekintzak iraun duen bitartean bezeroarentzako informazio- eta arreta-ekintzak simulatu ditu, adeitasuneko, argitasuneko eta zehaztasuneko eskakizunak betez.

5.– Salmenta-puntuko sustapeneko langileak hautatzeko eta prestatzeko prozedurak zehazten ditu, eta, horretarako, hautagaiaren profila eta prestakuntza-ekintzak definitzen ditu aurrekontu erabilgarriaren arabera.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Sustapen-ekintzak garatzeko beharrezkoak diren sustapeneko langileen profila definitu du.
- b) Sustapeneko langileentzat egokiak diren prestakuntza-ekintzak zehaztu ditu, produktuaren ezaugarrien arabera, eta lidergoko eta talde-laneko teknikak aplikatuta.
- c) Bezero motak identifikatu ditu, sustapen-ekintzan arreta eta informazio egokia emateko.
- d) Sustapen-ekintzak egiteaz arduratzen diren langileei argi eta garbi eta zehatz-mehatz helarazi behar zaizkien argibideak hautatu ditu.
- e) Segurtasunari eta laneko arriskuen prebentzioari buruzko araudia aztertu du, sustapen-ekintzak egiten diren bitartean hura betetzen dela bermatzeko.

6.– Sustapen-ekintzen eraginkortasuna kontrolatzen du, eta jardueraren kudeaketa optimizatzen duten neurriak hartzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Helburuekiko desbideratzeak hautematea ahalbidetuko duten kontrol-prozedurak ezarri ditu.
- b) Sustapen-kanpainak baloratzeko testak eta inkestak landu ditu, haien errentagarritasunari eta eraginkortasunari buruzko informazioa lortu ahal izateko.
- c) Sustapen-kanpainen kontrol-ratioak kalkulatu ditu kudeaketako programa espezifikoaren edo generikoen bidez.

d) Planifikatutako merkataritza-helburuen aldean izan diren desbideratzeak hauteman ditu.

e) Hautemandako desbideratzeen gaineko neurri zuzentzaile eraginkorrenak proposatu ditu.

B) Edukiak:

1.– Produktu-aukeraren dimentsioa zehaztea.

Produktu-aukera erabilgarri dagoen merkataritza-informazioaren arabera hautatzea.

Merkataritza-kudeaketako informatika-aplikazioak erabiltzea produktu-aukera aztertzeko.

Zorua eta espazioaren okupazio-koefizienteen kalkuluak egitea merkataritza-dentsitatea kalkulu-orrien bidez zehazteko.

Saltokiko metro linealak produktu- edo zerbitzu-familia bakoitzaren artean banatzea, informatika-programak erabilita.

Aukera produktu- eta zerbitzu-familiatan segmentatzea merkataritza-helburuen arabera.

Aukeraren dimentsioa kalkulatzeko metodoak aplikatzea, salmenta-puntuaren errentagarritasuna ziurtatzeko.

Produktu- eta zerbitzu-familia bakoitzeko erreferentzia kopurua zehaztea merkataritza-helburuen arabera.

Lehiakideen analisiak eta kontsumitzailearen itzaropenen azterketak egitea, aukeraren hautua hobetzeko.

Produktuak, familien, gamen, kategorien, posizionamenduaren, egokitzapenaren eta kodifikazioaren arabera sailkatuak.

Aukeraren egitura.

Aukera motak, haien helburuak eta sailkatzeko irizpideak.

Aukera zehazteko metodoak.

Aukeraren zabaltasuna.

Aukeraren zabalera.

Aukeraren sakontasuna.

Erreferentziak hautatzea.

Erreferentziak ezabatzeko atalasea.

Lanbidearen zeregin berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

2.– Produktu- edo zerbitzu-aukera linealetan ezartzeko prozedura zehaztea.

Linealaren erakusketa-mailak lantzea, merkataritza-balioa kontuan hartuta.

Aukeraren erreferentziak linealari esleitzea salmenta-planen arabera.

Erreferentzia bakoitzerako facing kopuru optimoa lortzea, merkataritza- eta antolamendu-irizpideen arabera.

Informatika-aplikazioak erabiltzea lineala optimizatzeko.

Linealak kokatzeko, birjartzeko eta mantentzeko eragiketetan beharrezkoak diren giza baliabideak eta baliabide materialak antolatzeko sistema zehaztea.

Sekzio edo jarduera bakoitzean produktuen ezarpen-denboraren arabera beharrezkoa den langile kopurua zehaztea.

Linealak kokatzeko, birjartzeko eta mantentzeko argibide argiak eta zehatzak lantzea, giza taldeari helarazteko.

Produktuak birjartzeko lanak programatzea eta antolatzea, linealean inoiz falta ez daitezen ziurtatzeko.

Lineala: definizioa eta funtzioak.

Linealaren eremuak eta mailak.

Lineala banatzeko sistemak.

Lineala birjartzeko sistemak.

Linealeko erakusketa motak.

Lineal optimoa.

Erakusketa-denborak.

Facing-ak. Ezartzeko arauak.

Lanbidearen zeregin berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

3.– Aukeraren ezarpenaren errentagarritasuna kalkulatzeko.

Salmenta-azaleraren errendimendua aurkitzeko kalkuluak egitea, kalkulu-orri informatikoak erabilia.

Tresna kualitatiboak eta kuantitatiboak eta kudeaketa- eta kalitate-parametroak erabiltzea produktuen ezarpena aldi behin baloratzeko.

Produktu-familia baten finantza-eraginkortasuna aurkitzeko kalkuluak egitea kalkulu-orriak erabilia.

Aukeraren erreferentzia bat ezabatzea dakarten parametroak definitzea.

Aukeran erreferentzia berriak sartzeko beharrezkoak diren kalitatearen aldagaiak, sistemak edo irizpideak definitzea.

Merchandising-eko politiken errentagarritasuna aurkitzeko kalkuluak egitea informatika-aplikazio egokiaren bidez.

Aplikaturako merchandising-eko politiken errentagarritasunari buruzko ondorioak eta emaitzak islatzen dituzten txostenak egitea.

Kontrol kuantitatiboko eta kualitatiboko tresnak.

Kategorien arabera kudeaketa-parametroak: marjina gordina, fakturazio-zifra, mozkin gordina, zirkulazio-indizeak, erakarpen-indizeak eta erosketa-indizeak, besteak beste.

Produktuaren zuzeneko errentagarritasuna.

Emaizien analisia.

Neurri zuzentzaileak: erreferentziak ezabatzea eta sartzea.

Kalkulu-orriak.

Lanbidearen zeregin berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

4.– Salmenta-puntuak sustapen-ekintzak diseinatzea.

Marketin-planeari definitutako sustapen motarako egokiak diren merchandising-eko edo zuzeneko marketin-eko ekintzak identifikatzea eta antolatzea.

Informatika-aplikazioak erabiltzea sustapen-ekintzak antolatzeko eta planifikatzeko.

Sustapen-ekintza burutzeko beharrezkoa den aurrekontua aurkitzeko kalkuluak egitea.

Sustapen-mezuaren forma eta edukia definitzea, salmenta- edo sustapen-planaren arabera.

Sustapen-ekintzetarako beharrezkoak diren merkataritzako materialak eta euskarriak hautatzea.

Sustapenak kokatzeko lekuri egokiak identifikatzea, bezeroak saltokiko leku gehienetatik ibiltzera bultzatuko dituztenak.

Bezeroa sustapen-eremuetarantz zuzentzeko beharrezkoak diren seinaleak egitea eta kokatzea.

Sustapen-ekintzak iraun duen bitartean bezeroarentzako informazio- eta arreta-ekintzak simulatzea, adeitasuneko, argitasuneko eta zehaztasuneko eskakizunak betetz.

Merkataritza-komunikazioa.

Publizitatea eta sustapena.

Zuzeneko marketina.

Helburuko publikoa.

Fabrikatzailearen sustapenak.

Banatzailearen sustapenak.

Kontsumitzaileari zuzendutako sustapenak.

Puntu beroen eta hotzen animazioa.

Seinaleak.

Produktu xarmadunak eta izar-produktuak.

Saltokiko publizitatea.

Publizitate-elementu motak: stopper-ak, pankartak, display edo bistaratzailleak eta kartelak, besteak beste.

Lanbidearen zeregin berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

5.— Salmenta-puntuko sustapeneko langileak hautatzeko eta prestatzeko prozedurak zehaztea.

Sustapen-ekintzak garatzeko beharrezkoak diren sustapeneko langileen profila definitzea.

Sustapeneko langileentzat egokiak diren prestakuntza-ekintzak zehaztea, produktuaren ezaugarrien arabera, eta lidergoko eta talde-laneko teknikak aplikatuta.

Bezero motak identifikatzea, sustapen-ekintzan arreta eta informazio egokia emateko.

Sustapen-ekintzak egiteaz arduratzen diren langileei argi eta garbi eta zehatz-mehatz helarazi behar zaizkien argibideak hautatzea.

Segurtasunari eta laneko arriskuen prebentzioari buruzko araudiaren azterketa egitea, sustapen-ekintzak egiten diren bitartean hura betetzen dela bermatzeko.

Merkataritza-sustapenetako langileen profila.

Bezeroen tipologia.

Merkataritza-sustapenetako langileen prestakuntza.

Lidergo-teknikak.

Talde-laneko teknikak.

Lanbidearen zeregin berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

6.— Sustapen-ekintzen eraginkortasuna kontrolatzea.

Helburuekiko desbideratzeak hautematea ahalbidetuko duten kontrol-prozedurak ezartzea.

Sustapen-kanpainak baloratzeko testak eta inkestak lantzea, haien errentagarritasunari eta eraginkortasunari buruzko informazioa lortu ahal izateko.

Sustapen-kanpainen kontrol-ratioak aurkitzeko kalkuluak egitea kudeaketako programa espezifikoaren edo generikoen bidez.

Planifikatutako merkataritza-helburuen aldean izan diren desbideratzeak hautematea.

Hautemandako desbideratzeen gaineko neurri zuzentzaile eraginkorrenak definitzea.

Sustapen-ekintzak kontrolatzeko irizpideak.

Indize eta ratio ekonomiko eta finantzarioak: marjina gordina, marka-tasa, batez besteko stocka, stockaren txandakatzea eta errentagarritasun gordina, besteak beste.

Emaizten analisiak.

Sustapen-ekintzen eraginkortasuna kontrolatzeko ratioak.

Neurri zuzentzaileen aplikazioa.

Lanbidearen zeregin berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

3. Lanbide-modulua: Salmenta-taldearen antolamendua

Kodea: 0928

Maila: 2.a

Iraupena: 140 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 6

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.— Merkataritza-taldearen antolamendu-egitura eta tamaina zehazten du, salmenta-planeari ezarritako estrategiara, helburuetara eta aurrekontura egokituta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza-talde baten antolamendu motak aztertu ditu, enpresa motaren, merkatuen, bezeroen eta merkaturatzen dituen produktuen arabera.

b) Salmenta-indarraren antolamendu-egitura definitu du, eta salmenta-plana garatzeko beharrezkoak diren giza baliabideak eta baliabide materialak zehaztu ditu.

c) Bisitaren batez besteko iraupena eta bezeroei arreta emateko beharrezkoak diren bisiten kopurua eta maiztasuna kalkulatu du.

d) Saltzaile bakoitzak bezeroei egin behar dien bisita kopurua zehaztu du, lanaldiaren arabera.

e) Salmenta-taldearen tamaina kalkulatu du ezarpen-eremu geografikoen, salmenta motaren, bezero kopuruaren, salmenta-puntuaren, merkatura daitezkeen produktu edo zerbitzuen eta aurrekontu erabilgarriaren arabera.

f) Salmenta-eremuak mugatu ditu eta saltzaileei esleitu dizkie, salmenta-potentzialaren, lan-kargaren eta enpresaren helburu eta kostuen arabera.

g) Bezeroei egin beharreko bisitak planifikatu ditu, eta, horretarako, saltzailearen denbora optimizatzea eta kostuak murriztea ahalbidetzen duten salmenta-ibilbideak diseinatu ditu.

2.– Merkataritza-taldearen ezaugarriak zehazten ditu, eta lanpostuak eta saltzaileen profila deskribatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Salmenta-talde bateko saltzaileen funtzioak eta erantzukizunak zehaztu ditu.
- b) Saltzaile motak ezaugarritu ditu, salmenta motaren, produktu motaren eta enpresaren ezaugarrien arabera.
- c) Saltzaileen konpetentziak eta ezaugarriak definitu ditu salmenta-plan bat gauzatzeko.
- d) Merkataritza-talde batean lanpostua deskribatu du, eta taldekoek garatu behar dituzten zereginak, funtzioak eta erantzukizunak definitu ditu.
- e) Hautagai egokiaren profila deskribatu du, eta saltzaileak deskribatutako lanpostua betetzeko bete behar dituen baldintzak eta ezaugarriak definitu ditu.
- f) Salmenta-taldeko lanpostu baterako hautagaiak biltzeko beharrezkoak diren ekintzak zehaztu ditu.
- g) Salmentetako langileak hautatzeko erabili behar diren irizpideak, prozedura eta tresnak ezarri ditu.

3.– Merkataritza-taldeko kideei salmenta-helburuak esleitzeko lanak planifikatzen ditu, merkataritza antolatzeko eta kudeatzeko teknikak aplikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Salmenta-planak gauzatzeko helburu nagusiak eta beharrezkoak diren bitartekoak zehaztu ditu, eta helburu kuantitatiboak eta kualitatiboak adierazi ditu.
- b) Helburuen araberako zuzendaritzaren xedea zehaztu du, helburuen definizioari, erantzukizunei, konpetentzia pertsonalei, epeei, motibazioari, laguntza tekniko-emozionalari eta erabakiak hartzeari dagokienez.
- c) Komunikazio-teknikak, aurkezpenekoak eta talde-bilerak aplikatu ditu salmenta-plana eta helburu orokorrak eta espezifikak salmenta-indarreko kideei azaltzeko.
- d) Helburu kolektiboak eta bakarkakoak eta salmenta-kuotak merkataritza-taldeko kideen artean banatzeko metodoak aplikatu ditu, eta erantzukizun partekatua ideia eta kudeaketako eta informazioko gardentasuna sustatu ditu.
- e) Merkataritza-helburuen plangintzan arrakasta lortzeko funtsezko faktoreak aztertu ditu.
- f) Salmenta-taldeak salmenta-helburu jakin batzuk lortzeko egin behar dituen prospekzioko, zabalkundeko eta sustapeneko jarduerak identifikatu ditu.
- g) Bezeroen prospekzio-planak landu ditu, hainbat metodo erabilita.
- h) Bezeroen fitxategiak landu eta eguneratu ditu, bezero bakoitzaren datu garrantzizkoenak erabilita.

4.– Merkataritza-taldeak prestatzeko, hobetzeko eta birziklatzeko planak definitzen ditu, eta ezarritako helburuak eta eskakizunak betetzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Saltzaile-talde baten prestakuntza-beharrak, bakarkakoak eta taldekoak, identifikatu ditu.
- b) Saltzaileak prestatzeko planaren helburuak ezarri ditu, salmenta-helburuen eta hautemandako beharren arabera.
- c) Merkataritza-sailerako hasierako prestakuntza-plan baten egitura eta edukiak zehaztu ditu, ezarritako helburuen, egin behar den lanaren eskakizunen eta aurrekontu erabilgarriaren arabera.
- d) Saltzaile-taldea etengabe prestatzeko plan baterako prestakuntza-jarduerak ezarri ditu finkatutako aurrekontuaren arabera, eta jarduera horiek aurreikusitako helburuetara eta enpresaren beharretara egokitu ditu.
- e) Saltzaileen prestakuntza, bai teorikoa bai landa-lanekoa, programatu du, lana antolatzeko eta zereginak programatzeko teknikak aplikatuta.
- f) Prestakuntza-plan batek ordezeko beste plan baten aldean dituen abantailak eta eragozpenak ebaluatu ditu.
- g) Salmenta-taldea prestatzeko plan baten eraginkortasuna baloratu du, betetako helburuen eta lortutako emaitzen arabera.

5.— Saltzaileak motibatze eta ordaintzeko sistema bat diseinatzeko du, salmenta-helburuak, aurrekontua, balioak eta enpresaren nortasun korporatiboa kontuan hartuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkataritza-taldeei aplika dakizkiekeen aginte- eta lidergo-estiloak identifikatu ditu, eta taldeen dinamikako eta zuzendaritzako teknikak aplikatu ditu talde-lanerako.
- b) Lan-taldeko kideen profilaren eta taldearen dinamizazioan eta motibazioan betetzen dituzten rolen arteko analisi konparatiboa egin du.
- c) Saltzaile-talde baten buruak edo arduradunak izan behar dituen konpetentzia emozionalak, pertsona barrukoak eta pertsona artekoak identifikatu ditu.
- d) Merkataritza-talde baten laneko motibazioaren eta gogobetetasunaren alderdi eta elementu nagusiak zehaztu ditu.
- e) Taldeko kideen lan-ibilbiderako planak, hobekuntzakoak, erantzukizuneko lanpostuetarako igoerenak eta kideen balioa ezagutzekoak definitu ditu, enpresaren barruan igotzea eta aurrera egitea sustatuz.
- f) Merkataritza-taldearentzako pizgarri ekonomikoak ezarri ditu, aurrez finkatutako errendimendu- eta produktibitate-parametro ezagun eta ebaluagarrien arabera.
- g) Merkataritza-taldeen ordainketa-baldintzak eta benetako lanaldia aztertu ditu, lan-egoera desberdinen arabera.
- h) Merkataritza-taldearen ordainketa-sistema egokiena zehaztu du, kostuaren edo beharrezko aurrekontuaren irizpidearen arabera.

6.— Saltzaile-taldean gatazka-egoerak kudeatzeko ekintzak proposatzen ditu, negoziazio-teknikak eta gatazkei konponbidea aurkitzekoak aplikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Lan-talde batean sortu ohi diren tentsio- eta gatazka-egoerak aztertu ditu.

b) Merkataritza-taldean lan-ingurunean aurki daitezkeen intentsitate handiko egoera emozionalen eta krisialdien aurrean jarduteko estrategiak ezarri ditu.

c) Taldearen integrazioa eta kohesioa hobetzeko estrategiak definitu ditu, eta salmenta-taldeko partaideen rol edo eginkizunak deskribatu ditu.

d) Saltzaile-talde baten gatazkak prebenitzeko eta hautemateko teknikak, negoziazio-estiloak eta taldearen funtzionamendua aztertu ditu.

e) Gatazkei konponbidea aurkitzeko estiloak eta saltzaile-taldeko buruaren rola identifikatu ditu.

f) Komunikazio-teknika asertiboak aplikatu ditu, eta merkataritza-talde batean hitzezko eta hitz gabeko komunikazioaren faktoreak identifikatu ditu.

7.– Salmenten emaitzak eta merkataritza-taldearen jarduna ebaluatzeko eta kontrolatzeko sistema diseinatzen du, eta, hala badagokio, neurri zuzentzaile egokiak proposatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Salmenta-planaren garapena kontrolatzeko beharrezkoak diren parametroak eta aldagaiak identifikatu ditu.

b) Planaren gauzatzea eta kalitatea eta saltzaile-taldearen jardura neurtzeko metodoak eta ratioak aplikatu ditu.

c) Bezeroaren fitxa bat egin du saltzaileak egindako jardueren txostenarekin edo eguneko partearekin.

d) Produktuaren, bezeroaren eta saltzailearen arabera errentagarritasun-adierazleak eta ratioak kalkulatu ditu.

e) Produktuaren, bezeroaren eta saltzailearen arabera salmenten bilakaera eta joera aztertu du.

f) Lan-taldeko kideen jarduna ebaluatu du, eta aurreikusitako helburuekiko desbideratzeak kalkulatu eta aztertu ditu.

g) Hautemandako desbideratzeak zuzentzeko neurri zuzentzaileak proposatu ditu.

h) Salmenta-taldean lortutako emaitzei buruzko txostenak idatzi ditu, taldearen jakintzak, trebetasunak eta jarduna ebaluatu dituen aldi berean.

B) Edukiak:

1.– Salmenta-taldearen antolamendu-egitura eta tamaina zehaztea.

Merkataritza-talde baten antolamendu motak aztertzea, enpresa motaren, merkatuen, bezeroen eta merkaturatzen dituen produktuen arabera.

Salmenta-indarraren antolamendu-egitura definitzea, eta salmenta-plana garatzeko beharrezkoak diren giza baliabideak eta baliabide materialak zehaztea.

Bisitaren batez besteko iraupena eta bezeroei arreta emateko beharrezkoak diren bisiten kopurua eta maiztasuna kalkulatzeko.

Saltzaile bakoitzak bezeroei egin behar dien bisita kopurua zehaztea, lanaldiaren arabera.

Salmenta-taldearen tamaina kalkulatzeko ezarpen-eremu geografikoen, salmenta motaren, bezero kopuruaren, salmenta-puntuaren, merkatura daitezkeen produktu edo zerbitzuen eta aurre-kontu erabilgarriaren arabera.

Salmenta-eremuak mugatzea eta saltzaileei esleitzea, salmenta-potentzialaren, lan-kargaren eta enpresaren helburu eta kostuen arabera.

Bezeroei egin beharreko bisitak planifikatzea, eta, horretarako, saltzailearen denbora optimizatzea eta kostuak murriztea ahalbidetzen duten salmenta-ibilbideak diseinatzea.

Salmenta-sailaren funtzioak.

Salmenta-planaren eta salmenta-indarraren helburuak eta egitura.

Salmenta-taldea antolatzea: eremu edo lurralde geografikoen arabera, produktuen arabera, merkaturaren arabera, bezeroen arabera eta mistoa.

Salmenta-taldearen tamaina optimoa ezarritako irizpideen arabera kalkulatzeko.

Bezero erreal eta potentzialei egindako bisiten kopurua eta maiztasuna.

Salmenta-ibilbideak diseinatzeko eta planifikatzeko metodoak.

Saltzaileei salmenta-eremuak, ibilbideak edo bezeroak esleitzea.

Salmenta-planak kudeatzeko eta kontrolatzeko informatika-aplikazioak.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko ezarritako (aurreikusitako) epeetako konpromisoa izatea.

Lankideen arreta-eskaeren aurrean sentikortasuna izatea eta zuzentasunez erantzutea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiaturik jokatzeko.

2.– Merkataritza taldearen ezaugarriak zehaztea.

Salmenta-talde bateko saltzaileen funtzioak eta erantzukizunak zehaztea.

Saltzaile motak ezaugarritzea, salmenta motaren, produktu motaren eta enpresaren ezaugarrien arabera.

Saltzaileen konpetentziak eta ezaugarriak definitzea salmenta-plan bat gauzatzeko.

Merkataritza-talde batean lanpostua deskribatzea, eta taldekoek garatu behar dituzten zereginak, funtzioak eta erantzukizunak definitzea.

Hautagai egokiaren profila deskribatzea, eta saltzaileak deskribatutako lanpostua betetzeko bete behar dituen baldintzak eta ezaugarriak definitzea.

Salmenta-taldeko lanpostu baterako hautagaiak biltzeko beharrezkoak diren ekintzak zehaztea.

Salmentetako langileak hautatzeko erabili behar diren irizpideak, prozedura eta tresnak ezartzea.

Saltzaileak salmenta pertsonalean dituen funtzioak.

Saltzaile motak.

Saltzaile profesionalaren ezaugarri pertsonalak.

Saltzaileei exijitzen zaizkien lanbide-trebetasunak, jakintzak eta eskakizunak.

Saltzaileak hautatzeko prozesuaren faseak.

Lanpostuaren deskribapena.

Saltzailearen profila: profesioagrama.

Saltzaileak erakartzeko eta hautatzeko prozesua.

Zeregin bat egiteko ezarritako (aurreikusitako) epeakiko konpromisoa izatea.

Lankideen arreta-eskaeren aurrean sentikortasuna izatea eta zuzentasunez erantzutea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeta.

3.– Merkataritza-taldeko kideei salmenta-helburuak esleitzeko lanak planifikatzeta

Salmenta-planak gauzatzeko helburu nagusiak eta beharrezkoak diren bitartekoak zehaztea, eta helburu kuantitatiboak eta kualitatiboak adieraztea.

Helburuen araberako zuzendaritzaren xedea zehaztea, helburuen definizioari, erantzukizunei, konpetentzia pertsonalei, epeei, motibazioari, laguntza tekniko-emozionalari eta erabakiak hartzeari dagokienez.

Komunikazio-teknikak, aurkezpenekoak eta talde-bilerak aplikatzea salmenta-plana eta helburu orokorrak eta espezifikoak salmenta-indarreko kideei azaltzeko.

Helburu kolektiboak eta bakarkakoak eta salmenta-kuotak merkataritza-taldeko kideen artean banatzeko metodoak aplikatzea, eta erantzukizun partekatuaen ideia eta kudeaketako eta informazioko gardentasuna sustatzea.

Merkataritza-helburuen plangintzan arrakasta lortzeko funtsezko faktoreak aztertzea.

Salmenta-taldeak salmenta-helburu jakin batzuk lortzeko egin behar dituen prospekzioko, zabal-kundeko eta sustapeneko jarduerak identifikatzea.

Bezeroen prospekzio-planak lantzea, hainbat metodo erabilita.

Bezeroen fitxategiak lantzea eta eguneratzea, bezero bakoitzaren datu garrantzizkoenak erabilita.

Helburu kuantitatiboak.

Helburu kualitatiboak.

Helburuen araberako zuzendaritza.

Taldeko kideei salmenta-helburuak esleitzea.

Salmenta-planari lotutako jarduerak.

Bezeroen prospekzio-metodoak.

Bezeroen datu-baseak sortzea eta mantentzea.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko ezarritako (aurreikusitako) epeakiko konpromisoa izatea.

Lankideen arreta-eskaeren aurrean sentikortasuna izatea eta zuzentasunez erantzutea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiaturki jokatzeko.

4.– Merkataritza-taldeak prestatzeko, hobetzeko eta birziklatzeko planak definitzea.

Saltzaile-talde baten prestakuntza-beharra, bakarkakoak eta taldekoak, identifikatzea.

Saltzaileak prestatzeko planaren helburuak ezartzea, salmenta-helburuen eta hautemandako beharren arabera.

Merkataritza-sailerako hasierako prestakuntza-plan baten egitura eta edukiak zehaztea, ezarritako helburuen, egin behar den lanaren eskakizunen eta aurrekontu erabilgarriaren arabera.

Saltzaile-taldea etengabe prestatzeko plan baterako prestakuntza-jarduerak finkatutako aurrekontuaren arabera ezartzea, eta jardura horiek aurreikusitako helburuetara eta enpresaren beharretara egokitzea.

Saltzaileen prestakuntza, bai teorikoa bai landa-lanekoa, programatzea, lana antolatzeke eta zereginak programatzeko teknikak aplikatuta.

Prestakuntza-plan batek ordezeko beste plan baten aldean dituen abantailak eta eragozpenak ebaluatzea.

Salmenta-taldea prestatzeko plan baten eraginkortasuna baloratzea, betetako helburuen eta lortutako emaitzen arabera.

Salmenta-taldearen prestakuntza eta trebetasunak.

Salmenta-taldearen prestakuntza-beharren definizioa.

Merkataritza-taldeak prestatzeko metodoak eta helburuak.

Saltzaileen hasierako prestakuntzako planak.

Saltzaile-taldeak hobetzeko eta etengabe prestatzeko programak.

Prestakuntza teoriko-praktikoa eta lekuan bertako prestakuntza.

Prestakuntza-planen ebaluazioa.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko ezarritako (aurreikusitako) epeakiko konpromisoa izatea.

Lankideen arreta-eskaeren aurrean sentikortasuna izatea eta zuzentasunez erantzutea.

5.– Merkataritza-taldea motibatzeke eta ordaintzeke sistema bat diseinatzea.

Merkataritza-taldeeke aplika dakizkiekeen aginte- eta lidergo-estiloak identifikatzea, eta taldeen dinamikako eta zuzendaritzako teknikak aplikatzea talde-lanerako.

Lan-taldeko kideen profilaren eta taldearen dinamizazioan eta motibazioan betetzen dituzten rolen arteko analisi konparatiboa egitea.

Saltzaile-talde baten buruak edo arduradunak izan behar dituen konpetentzia emozionalak, pertsona barrukoak eta pertsona artekoak identifikatzea.

Merkataritza-talde baten laneko motibazioaren eta gogobetetasunaren alderdi eta elementu nagusiak zehaztea.

Taldeko kideen lan-ibilbiderako planak, hobekuntzakoak, erantzukizuneko lanpostuetarako igoerenak eta kideen balioa ezagutzekoak definitzea, enpresaren barruan igotzea eta aurrera egi-
tea sustatuz.

Merkataritza-taldearentzako pizgarri ekonomikoak ezartzea, aurrez finkatutako errendimendu-
eta produktibitate-parametro ezagun eta ebaluagarrien arabera.

Merkataritza-taldearen ordainketa-baldintzak eta benetako lanaldia aztertzea, lan-egoera desber-
dinen arabera.

Merkataritza-taldearen ordainketa-sistema egokiena zehaztea, kostuaren edo beharrezko
aurrekontuaren irizpideen arabera.

Enpresa-prototipo kulturalak.

Aginte- eta lidergo-estiloak.

Taldearen dinamikako eta zuzendaritzako teknikak.

Salmenta-taldearen motibazioa.

Pizgarri ekonomikoak.

Baldintzen hobekuntza eta barne-sustapena.

Lanbideko prestakuntza eta sustapena.

Salmenta-taldearen ordainketa eta errendimendua.

Salmenta-taldearen ordainketa-sistemak.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko ezarritako (aurreikusitako) epeetako konpromisoa izatea.

Lankideen arreta-eskaeren aurrean sentikortasuna izatea eta zuzentasunez erantzutea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean
saiautuki jokatzeko.

6.— Saltzaile-talde batean gatazka-egoerak kudeatzeko ekintzak proposatzea.

Lan-talde batean sortu ohi diren tentsio- eta gatazka-egoerak aztertzea.

Merkataritza-taldearen lan-ingurunean aurki daitezkeen intentsitate handiko egoera emozionalen
eta krisialdien aurrean jarduteko estrategiak ezartzea.

Taldearen integrazioa eta kohesioa hobetzeko estrategiak definitzea, eta salmenta-taldeko par-
taideen rol edo eginkizunak deskribatzea.

Saltzaile-talde baten gatazkak prebenitzeko eta hautemateko teknikak, negoziazio-estiloak eta
taldearen funtzionamendua aztertzea.

Gatazkei konponbidea aurkitzeko estiloak eta saltzaile-taldeko buruaren rola identifikatzea.

Komunikazio-teknika asertiboak aplikatzea, eta merkataritza-talde batean hitzezko eta hitz gabeko komunikazioaren faktoreak identifikatzea.

Lan-harremanetako gatazka motak.

Gatazka-egoerei konponbidea aurkitzeko teknikak.

Alderdien arteko negoziazioa eta adostasuna.

Adiskidetzea, bitartekotza eta arbitrajea.

Taldean erabakitze metodoak.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko ezarritako (aurreikusitako) epeetako konpromisoa izatea.

Lankideen arreta-eskaeren aurrean sentikortasuna izatea eta zuzentasunez erantzutea.

7.— Salmenten emaitzak eta merkataritza-taldearen jarduna ebaluatzeko eta kontrolatzeko sistema diseinatzea.

Salmenta-planaren garapena kontrolatzeko beharrezkoak diren parametroak eta aldagaiak identifikatzea.

Planaren gauzatzea eta kalitatea eta saltzaile-taldearen jardura neurtzeko metodoak eta ratioak aplikatzea.

Bezeroaren fitxa bat egitea saltzaileak egindako jardueren txostenarekin edo eguneko partearekin.

Produktuaren, bezeroaren eta saltzailearen arabeko errentagarritasun-adierazleak eta ratioak kalkulatzeko.

Produktuaren, bezeroaren eta saltzailearen arabeko salmenten bilakaera eta joera aztertzea.

Lan-taldeko kideen jarduna ebaluatzea, eta aurreikusitako helburuekiko desbideratzeak kalkulatzeko eta aztertzea.

Hautemandako desbideratzeak zuzentzeko neurri zuzentzaileak proposatzea.

Salmenta-taldean lortutako emaitzei buruzko txostenak idaztea, taldearen jakintzak, trebetasunak eta jarduna ebaluatzen diren aldi berean.

Kontrol-aldagaiak: kuantitatiboak eta kualitatiboak.

Salmenta-indarra ebaluatzeko eta kontrolatzeko irizpideak eta metodoak.

Ebaluazioko eta kontroleko estandarrak finkatzea.

Salmenta-jardura lortutako emaitzen arabera ebaluatzea. Desbideratzeen kalkulua.

Salmenten estatistika-kontrola.

Ratioen arabeko kontrola.

Merkataritzako lanaren eta jardueraren kalitatea ebaluatzea.

Salmenta-planaren eta bezeroen gogobetetasunaren ebaluazioa.

Salmenta-planaren helburuekiko desbideratzeak zuzentzeko ekintza zuzentzaileak.

Saltzaile-taldearen jarraipen- eta kontrol-txostenak egiteko prozesua.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Lankideen arreta-eskaeren aurrean sentikortasuna izatea eta zuzentasunez erantzutea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeta.

4. Lanbide-modulua: Salmenta- eta negozioazio-teknikak

Kodea: 0929

Maila: 2.a

Iraupena: 120 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 7

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Merkataritza-estrategiak definitzeko eta salmenta-plana lantzeko beharrezkoa den informazioa lortzen du, eta erabilgarri dauden informazio-sistemetariko edozeinetatik bildutako datuak antolatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresaren merkataritza-estrategiak definitzeko informazio erabilgarria ematen duten barneko eta kanpoko datu-iturriak identifikatu ditu.

b) Salmenta-taldeko kideek enpresaren merkataritza-jarduerari buruzko informazioa biltzeko erabiliko dituzten txantiloia landu ditu.

c) Marketineko informazio-sistemaren (MIS) informazioa, produktuaren edo zerbitzuaren briefingarena, salmenta-sarearena eta bezeroekiko harremanak kudeatzeko aplikazioarena (CRM) antolatu du.

d) Produktu, zerbitzu eta marken merkaturatzea erregulatzen duen erkidegoko, nazioko, autonomia-erkidegoko eta tokiko lege-araudia interpretatu du.

e) Norberaren enpresaren eta lehiakideen produktu edo zerbitzuei buruzko informazioa aztertu du, merkataritza-irizpideak aplikatuta.

f) Bezeroengandik eta salmenta-saretik lortutako informazioa antolatu du, erabilgarri dagoen informatika-tresna erabilia eta datuen babesa eta konfidentzialtasuna bermatuta.

g) Bezero errealean eta potentzialen fitxategi maisuak prestatu ditu bezero bakoitzaren datu garrantzizkoenekin, informatika-aplikazio egokia erabilia.

h) Bezeroen datu-basea eguneratuta mantendu du, merkataritza-kontaktu bakoitzaren garrantzizko informazioa gehituta.

2.– Enpresaren merkataritza-kudeaketa optimizatzen lagunduko duten negozio-aukera berriak identifikatzen ditu, eta, horretarako, analisi-teknika eta prozedura egokiak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresaren irudi korporatiboari, salmenta-bolumenari eta merkaturatzen duen produktuari edo produktu-gamari buruzko datuak lortzeko erabilgarri dauden merkataritza-informazioaren on line eta off line iturriak kontsultatu ditu.

b) Salmentek eremuen, bezeroen edo merkatu-segmentuen, produktuen, marken edo produktulerroen arabera izan duten bilakaera aztertu du, eta merkatu-kuotak, joerak eta hazkunde-tasak edo jaitsiera-tasak kalkulatu ditu.

c) Produktu edo zerbitzuen errentagarritasuna kalkulatu du, kostuak eta lokagunea abiapuntu hartuta.

d) Jarduteko planaren indarguneak eta ahulguneak identifikatu ditu, bezeroen ezaugarrien, erosketa-potentzialaren eta egindako eskaeren arabera.

e) Produktuen eskaintza eta eskaria konparatu ditu, merkatuaren asetasun-maila zein den, ordezeko produkturik baden eta sektorean zer berrikuntza teknologiko dauden zehazteko.

f) Produktuen ezaugarrien eta utilitateen eta enpresak zein lehiakideek garatutako merkataritza-, publizitate- eta sustapen-ekintzen analisi konparatiboa egin du.

g) Enpresaren merkatu-aukerak aztertu ditu, analisi-teknika egokiak aplikatuta, merkatu-nitxo berriak identifikatzeko.

h) Hornikuntzarik gabe edo asegabe dauden merkatu-nitxoak hauteman ditu, enpresari aukerak eman diezazkioketenak, eta, horretarako, bezero errealen eta potentzialen profila, erosketa-bolumena eta maiztasuna, erosketa-potentziala, markarekiko leialtasun-maila eta produktua bereizteko ahalmena aztertzea.

3.– Produktuaren salmenta-plana eta salmenta-argumentarioa lantzea, eta, horretarako, produktuaren merkatuko posizionamendua hobetzen, bezeroen leialtasuna lortzen eta salmentak gehitzen lagunduko duten proposamenak egitea.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Produktuaren edo zerbitzuaren indar eta ahulezien inbentarioa eta hainbat bezero motarentzat dituen abantaila eta eragozpenena egin du.

b) Salmenta-argumentarioa landu ditu, eta, horretarako, produktuaren indarguneak eta ahulguneak sartzea, lehiakideen produktuen aldean dituen abantailak nabarmentzea, bezeroaren arazoentzako konponbideak aurkeztea eta salmenta-teknika egokiak proposatzea.

c) Bezeroak izan litzakeen objekzioak aurreikusi ditu eta haiek ezeztatu edo gezurtatzeko teknika eta argudio egokiak definitu ditu.

d) Bezeroen objekzioak eta iradokizunak atzeraelikadura-elementu gisa erabili ditu, produktuaren eta salmenta-argumentarioaren alderdi jakin batzuk hobetzeko proposamenak egiteko.

e) Salmenta-helburuak eta haiek lortzeko beharrezkoak diren baliabideak definitu ditu, enpresaren marketin-planean ezarritakoaren arabera.

f) Helburuak, beharrezko baliabideak eta merkataritza-jarduneko ildoak jasotzen dituen salmenta-plana landu du, ezarritako prozeduren eta salmenta-argumentarioaren arabera, informatika-aplikazio egokia erabilita.

g) Saltzailearen berezko salmenta-programa landu du, eta, horretarako, salmenta-argumentarioa eta merkataritzako ekintza-plana bezero bakoitzaren ezaugarrietara, beharretara eta erosketa-potentzialera egokitu ditu, enpresak ezarritako helburuen arabera.

h) On line salmenta-argumentarioa eta objektzioen tratamendua prestatu du, enpresaren merkataritza elektronikoko planaren arabera eta on line publizitateari eta merkaturatzeari buruzko lege-araudia errespetatuta.

4.— Salmenta-plana gauzatzeko behar izaten den produktu-erabilgarritasuna eta zerbitzugintza bermatzeko beharrezkoa den informazioa kudeatzen du, eta, horretarako, ezarritako irizpideak eta prozedurak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Salmenta-puntuan estaldura-maila optimoa bermatzeko beharrezkoa den produktu kopurua eta zerbitzuen liburuxkena kalkulatu du, aurrekontua, produktuen txandakatze-indizea eta espazio erabilgarria kontuan hartuta.

b) Zerbitzua egiteko beharrezkoak diren baliabide eta produktuen eskaera formulatu du, bezeroen gogobetetasuna bermatuko duen produktu-erabilgarritasuna eta segurtasun-stocka ziurtatuta.

c) Saltokiko produktuen izakinen aldian behingo kontrola egin du, erabilgarri dauden baliabideen eta ezarritako prozeduraren arabera.

d) Erabilgarri dauden produktuen izakinak baloratu ditu, ezarritako irizpideak aplikatuta, lortutako informazioa baliagarria izan dadin salmenten merkataritza-kudeaketarako adierazle gisa.

e) Kontabilitate-inbentarioaren eta produktuen inbentario errealearen arteko desegokitasunak hauteman ditu, galera ezezagunaren zergatikoak eta balioa aztertu, eta salmenta-planaren barruko desegokitasunak minimizatuko dituzten ekintzak proposatu ditu.

f) Stock-haustura posiblearen, txandakatzearen eta salmenten urtarokotasunaren kostua baloratu du, besteak beste, bezeroak gogobetetzea eta leial bihurtzea lortzeko.

g) Erabilgarri dauden baliabideen arabera zerbitzua egiteko ahalmena baloratu du, egindako zerbitzuaren kalitatea bermatzeko, kudeaketa-aplikazio egokia erabilita.

5.— Produktua edo zerbitzua saltzeko prozesua kudeatzen du, salmenta- eta ixte-teknika egoiak erabilita, salmenta-planaren arabera eta enpresak jarduteko ezarritako marjinen barruan.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Produktu edo zerbitzu bat saltzeko prozesuaren faseak eta salmenta-moduaren eta bezeroen ezaugarrien arabera garatu behar diren ekintzak identifikatu ditu.

b) Egungo bezeroak eta bezero potentzialak identifikatu ditu, bezeroak aztertzeko eta bilatzeko hainbat bitarteko eta teknika erabilita.

c) Ohiko komunikazio-teknikak erabili ditu (posta, telefonoa, e-posta eta bestelakoak) bezeroekin harremanetan jartzeko, informazioa bidaltzeko eta salmenta-elkarrizketa hitzartzeko.

d) Salmenta-elkarrizketa planifikatu du, eta, horretarako, erdietsi behar diren helburuak finkatu ditu, salmenta-argumentarioa bezeroaren ezaugarrietara eta profilerara egokitu du eta produktuaren aurkezpeneari argudioak indartzeko beharrezkoa den laguntzako materiala prestatu du.

e) Produktuaren edo zerbitzuaren aurkezpena egin du, eta, eginkizun horretan, haren nola-kotasunak azpimarratu ditu, lehiakideenengandik bereizi du argudio egokien bidez, eta informatika-aplikazio egokia erabili du.

f) Salmenta-teknikak erabili ditu bezeroarekin eragiketaren alderdi jakin batzuk adosteko, jarduteko ezarritako muga barruan.

g) Bezeroen objekzioak asertibotasunez tratatu ditu, haiek ezeztatu edo gezurtatzeko teknika eta argudio egokiak erabilia.

h) Produktuaren edo zerbitzuaren salmenta itxi du, ixte-teknika egokiak erabilia eta hitz gabeko komunikazioari arreta berezia eskainita.

i) Salmentan sortutako dokumentazioa landu du eta artxibatzeko lanak egin ditu, bai eskuz bai informatikoki.

6.— Merkataritza-eragiketa baten baldintzak negoziatzeko prozesua diseinatzen du, eta, horretarako, negoziatio-teknikak aplikatzen ditu bezeroarekin eta hornitzailearekin akordio batera iristeko, enpresak ezarritako muga barruan.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Negoziatioa erabakiak hartzeko hautabide gisa aztertu du, salerosketa-eragiketen alderdi jakin batzuk negoziatzeko premia kontuan hartuta.

b) Negoziatio-prozesu batean eragina duten aldagaiak aztertu ditu, hala nola ingurunea, helburuak, denbora, beste alderdiaren informazioa, alderdien arteko botere-erlazioa eta negoziatioaren mugak.

c) Negoziatzeko estiloak ezaugarritu ditu, eta, kasu bakoitzean, haien abantailak eta eragozpenak aztertu ditu.

d) Merkataritzako negoziatio-prozesu baten oinarritzako etapak eta fase bakoitzean garatu behar diren ekintzak identifikatu ditu.

e) Aldez aurretik definitutako negoziatio-prozesu bat eraginkortasunez prestatzeko plan estrategikoa eta beharrezkoak diren gainerako jarduerak landu ditu.

f) Salerosketa-eragiketa baten baldintzak ustezko bezero batekin negoziatu ditu, eta, horretarako, negoziatio-teknika egokiak aplikatu ditu aldez aurretik finkatutako muga barruan.

g) Zenbait suposiziotan hainbat negoziatio-taktika aplikatu ditu, enpresarentzat akordio onurazkoa lortzeko asmoz, ezarritako muga eta marjinen barruan.

7.— Salerosketa-kontratuak eta antzeko beste batzuk lantzen ditu, salmenta- eta negoziatio-prozesuan hartutako erabakiak jasota.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Salerosketa-kontratuak erregulatzen dituen lege-araudia interpretatu du.

b) Salerosketa-kontratua ezaugarritu du, hala nola esku hartzen duten elementuak, alderdien eskubideak eta betebeharrak, kontratuaren egitura eta edukia, eta bertan sartu ohi diren klausulak aztertu ditu.

c) Saltzailearen eta eroslearen artean hartutako erabakiak jasotzen dituen salerosketa-kontratua landu du, testu-prozesadore bat erabilia.

d) Hainbat salerosketa-kontratu berezi aztertu ditu.

e) Epekako salerosketako kontratua, hura erregulatzen duen araudia eta formalizatzeko exijitzen diren baldintzak aztertu ditu.

f) Kontsignazio-salmentako kontratua ezaugarritu du, eta hura formalizatzea bidezkoa egiten duten hainbat suposizio aztertu ditu.

g) Hornidura-kontratua ezaugarritu du, eta material eta zerbitzu jakin batzuen hornikuntzarako zein kasutan den beharrezkoa aztertu du.

h) Leasing eta renting kontratuak enpresaren ibilgetua finantzatzeko modu gisa aztertu ditu.

i) Merkataritzako arbitraje-prozedura gatazkei eta betetzen ez diren kontratuei konponbidea aurkitzeko modu gisa aztertu du.

8.– Bezeroekiko harremanak kudeatzeko lanak planifikatzen ditu, eta bezeroari arreta egiteko saldu ondoko zerbitzua antolatzea, enpresak ezarritako irizpide eta prozeduren arabera.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Saldu ondoko jarraipena behar izaten duten merkataritza-egoerak eta hura gauzatzeko beharrezkoak diren ekintzak identifikatu ditu.

b) Bezeroekiko harremanari eusteko eta haien erabateko gogobetetasuna bermatzeko gauzatu behar diren saldu ondoko zerbitzuak eta bezeroari arreta egitekoak ezaugarritu ditu.

c) Saldu ondoko zerbitzuen eta bezeroari arreta egitekoen kalitate-kontrola egiteko erabili behar diren irizpideak eta prozedurak deskribatu ditu.

d) Produktu edo zerbitzu baten salmenta-prozesuan sor daitezkeen gatazka, kexa eta erreklamazio motak eta haien izaera identifikatu ditu.

e) Gorabeheraren bat izan denean, haren frogak izan direnetik konponbidea aurkitzeaz arduratzeko denak jardun arteko prozedura eta beharrezkoa den dokumentazioa deskribatu ditu.

f) Bezeroen kexa eta erreklamazioei konponbidea aurkitzeko aplikatu daitezkeen teknikak eta prozedurak identifikatu ditu.

g) Bezeroen leialtasuna lortzeko programa baten parte izan daitezkeen bezeroak hautatu ditu, merkataritza-irizpideen eta enpresan erabilgarri dagoen informazioaren arabera, eta, egokitu denean, bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresna (CRM) erabili du.

h) Bezeroen leialtasuna lortzeko plana landu du, erabilgarri dagoen informatika-aplikazioa erabili.

B) Edukiak:

1.– Merkataritza-estrategiak eta salmenta-plana lantzeko beharrezkoa den informazioa lortzea

Enpresaren merkataritza-estrategiak definitzeko informazio erabilgarria ematen duten barneko eta kanpoko datu-iturriak identifikatzea.

Salmenta-taldeko kideek enpresaren merkataritza-jarduerari buruzko informazioa biltzeko erabiliko dituzten txantiloak lantzea.

Marketineko informazio-sistemaren (MIS) informazioa, produktuaren edo zerbitzuaren briefingarena, salmenta-sarearena eta bezeroekiko harremanak kudeatzeko aplikazioarena (CRM) antolatzea.

Produktu, zerbitzu eta marken merkaturatzea erregulatzen duen erkidegoko, nazioko, autonomia-erkidegoko eta tokiko lege-araudia interpretatzea.

Norberaren enpresaren eta lehiakideen produktu edo zerbitzuei buruzko informazioa aztertzea, merkataritza-irizpideak aplikatuta.

Bezeroengandik eta salmenta-saretik lortutako informazioa antolatzea, erabilgarri dagoen informatika-tresna erabilita eta datuen babesa eta konfidentzialtasuna bermatuta.

Bezero errealen eta potentzialen fitxategi maisuak prestatzea datu garrantzizkoenekin, informatika-aplikazio egokia erabilita.

Bezeroen datu-basea eguneratzea, merkataritza-kontaktu bakoitzaren garrantzizko informazioa gehituta.

Barneko eta kanpoko informazio-iturriak.

Merkatuari, inguruneari eta lehiari buruzko informazioa.

Enpresari eta merkataritza-jarduerari buruzko informazioa.

Produktuari, zerbitzuari edo produktu-gamari buruzko informazio garrantzizkoa.

Enpresaren merkataritza-jarduerari buruzko informazioa.

Bezeroengandik lortutako informazioa. Lortzeko prozedurak.

Saltzaileengandik eta salmenta-saretik lortutako informazioa. Lortzeko metodoak.

Eguno bezeroen eta bezero potentzialen fitxategiak lantzea.

Bezeroen datu-baseak eguneratzea eta mantentzea.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

Negoiazio- eta kudeaketa-teknikak ezagutzea eta baloratzea; bidezkoa bada, zati bateko espezializazioa bere gain hartzea, gainerakoarekiko lotura galdu gabe.

Talde-lanetan elkartasunez parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

2.– Enpresaren merkataritza-kudeaketa optimizatzen lagunduko duten negozio-aukera berriak identifikatzea.

Enpresaren irudi korporatiboari, salmenta-bolumenari eta merkaturatzen duen produktuari edo produktu-gamari buruzko datuak lortzeko erabilgarri dauden merkataritza-informazioaren on line eta off line iturriak kontsultatzea.

Salmentek eremuen, bezeroen edo merkatu-segmentuen, produktuen, marken edo produktu-lerroen arabera izan duten bilakaera aztertzea, eta merkatu-kuotak, joerak eta hazkunde-tasak edo jaitsiera-tasak kalkulatzeko.

Produktu edo zerbitzuen errentagarritasuna kalkulatzeko, kostuak eta lokagunea abiapuntu hartuta.

Jarduteko planaren indarguneak eta ahulguneak identifikatzeko, bezeroen ezaugarrien, erosketapotentzialaren eta egindako eskaeren arabera.

Produktuen eskaintza eta eskaria konparatzeko, merkatuaren asetatsun-maila zein den, ordezkoproducturik baden eta sektorean zer berrikuntza teknologiko dauden zehazteko.

Produktuen ezaugarrien eta utilitateen eta enpresak zein lehiakideek garatutako merkataritza-, publizitate- eta sustapen-ekintzen analisi konparatiboa egitea.

Enpresaren merkatu-aukerak aztertzea, analisi-teknika egokiak aplikatuta, merkatu-nitxo berriak identifikatzeko.

Hornikuntzarik gabe edo asegabe dauden merkatu-nitxoak hautematea, enpresari aukerak eman diezazkioketenak, eta, horretarako, bezero errealeen eta potentzialen profila, erosketabolumena eta maiztasuna, erosketapotentziala, markarekiko leialtasun-maila eta produktua bereizteko ahalmena aztertzea.

Salmenten ebaluazioaren azterketa: eremu geografikoen, bezero motaren, merkatu-segmentuen eta produktuen, marken edo produktu-lerroen arabera.

Produktuen, produktu-lerroen edo produktu-gamen errentagarritasuna kalkulatzeko teknika, kostuak eta lokagunea abiapuntu hartuta.

Norberaren eta lehiakideen produktuen analisi konparatiboa, merkataritza-irizpideak aplikatuta.

Produktuen eskaintzaren eta eskariaren analisi konparatiboa.

Merkatuaren egitura aztertzeke prozesua: egungo merkatua eta merkatu potentziala.

Merkatu-aukerak aztertzeke prozesua. Barneko eta kanpoko azterketa. AMIA analisisa. Produktuaren bizi-zikloaren analisisa. Produktuaren posizionamendu-mapak.

Enpresarentzat erakargarriak diren merkatu-segmentuak aztertzeke teknika. Bezero errealeen eta bezero potentzialen profila.

Produktuaren merkataritza-estrategiak, hainbat irizpideren arabera.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteke prestasuna izatea.

Negoiazio- eta kudeaketa-teknikak ezagutzea eta baloratzea; bidezkoa bada, zati bateko espezializazioa bere gain hartzea, gainerakoarekiko lotura galdu gabe.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeko.

3.– Produktuaren edo zerbitzuaren salmenta-plana eta -argumentarioa lantzea.

Produktuaren edo zerbitzuaren indar eta ahulezien inbentarioa eta hainbat bezero motarentzat dituen abantaila eta eragozpenena egitea.

Salmenta-argumentarioa lantzea, eta, horretarako, produktuaren indarguneak eta ahulguneak sartzea, lehiakideen produktuen aldean dituen abantailak nabarmentzea, bezeroaren arazoen-tzako konponbideak aurkeztea eta salmenta-teknika egokiak proposatzea.

Bezeroek izan litzaketen objekzioak aurreikustea eta haiek ezeztatu edo gezurtatzeko teknika eta argudio egokiak definitzea.

Bezeroen objekzioak eta iradokizunak atzeraelikadura-elementu gisa erabiltzea, produktuaren eta salmenta-argumentarioaren alderdi jakin batzuk hobetzeko proposamenak egiteko.

Salmenta-helburuak eta haiek lortzeko beharrezkoak diren baliabideak definitzea, enpresaren marketin-planean ezarritakoaren arabera.

Helburuak, beharrezko baliabideak eta merkataritza-jarduneko ildoak jasotzen dituen salmenta-plana lantzea, ezarritako prozeduren eta salmenta-argumentarioaren arabera, informatika-aplikazio egokia erabilita.

Saltzailearen berezko salmenta-programa lantzea, eta, horretarako, salmenta-argumentarioa eta merkataritzako ekintza-plana bezero bakoitzaren ezaugarrietara, beharretara eta erosketa-potentzialera egokitzea, enpresak ezarritako helburuen arabera.

On line salmenta-argumentarioa eta objekzioen tratamendua prestatzea, enpresaren merkataritza elektronikoko planaren arabera eta on line publizitateari eta merkaturatzeari buruzko lege-araudia errespetatuta.

Salmenta-argumentarioa: helburuak, edukia eta egitura.

Argudio motak: arrazionalak eta emozionalak.

Produktuaren deskribapena. Utilitateak, zehaztapen teknikoak, prezioa eta zerbitzua.

Produktuaren edo zerbitzuaren indar eta ahulezien inbentarioa.

Salmenta-argumentarioa lantzea, produktu moten, bezeroen tipologiaren eta banatzeko eta merkaturatzeko kanal motaren arabera.

Salmenta-teknikak: AIDA eredua (Arreta, Interesa, Nahia, Ekintza). SPIN metodoa (Egoera, Arazoa, Inplikazioa, Beharra). Zelev Noel entrenamendu-sistema.

Bezeroen objekzio posibleak ezeztatu edo gezurtatzeko teknikak eta argudioak.

Salmenta-plana marketin-planaren arabera lantzeko prozesua.

Salmenta-programa eta merkataritza-jarduneko lerro propioak gauzatzeko prozesua.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

Negoiazio- eta kudeaketa-teknikak ezagutzea eta baloratzea; bidezkoa bada, zati bateko espezializazioa bere gain hartzea, gainerakoarekiko lotura galdu gabe.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzea.

Talde-lanetan elkartasunez parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

4.– Produktu-erabilgarritasuna eta zerbitzugintza bermatzeko beharrezkoa den informazioa kudeatzea.

Salmenta-puntuan estaldura-maila optimoa bermatzeko beharrezkoa den produktu kopurua eta zerbitzuen liburuxkena kuantifikatzea, aurrekontua, produktuen txandakatze-indizea eta espazio erabilgarria kontuan hartuta.

Zerbitzua egiteko beharrezkoak diren baliabide eta produktuen eskaera formulatzea, bezeroen gogobetetasuna bermatzeko duen produktu-erabilgarritasuna eta segurtasun-stocka ziurtatuta.

Saltokiko produktuen izakinen aldian behingo kontrola egitea, erabilgarri dauden baliabideen eta ezarritako prozeduraren arabera.

Erabilgarri dauden produktuen izakinak baloratzea, ezarritako irizpideak aplikatuta, lortutako informazioa baliagarria izan dadin salmenten merkataritza-kudeaketarako adierazle gisa.

Kontabilitate-inbentarioaren eta produktuen inbentario errealaren arteko desegokitasunak hautematea, galera ezezagunaren zergatikoak eta balioa aztertzea, eta salmenta-planaren barruko desegokitasunak minimizatuko dituzten ekintzak proposatzea.

Stock-haustura posiblearen, txandakatzearen eta salmenten urtarokotasunaren kostua baloratzea, besteak beste, bezeroak gogobetetzea eta leial bihurtzea lortzeko.

Erabilgarri dauden baliabideen arabera zerbitzua egiteko ahalmena baloratzea, egindako zerbitzuaren kalitatea bermatzeko.

Salmenta-metodoak edo –moduak: tradizionala, autozerbitzua, dendarik gabekoa, on line eta beste batzuk.

Saltokian estaldura-indize optimoa bermatzeko beharrezkoa den produktu kopurua eta zerbitzuen liburuxkena kalkulatzeko.

Zerbitzua egiteko beharrezkoak diren baliabide eta produktuen eskaera, produktu-erabilgarritasuna eta bezeroen gogobetetasuna ziurtatzeko.

Produktuen izakinen aldian behingo kontrola, erabilgarri dauden baliabideen eta ezarritako prozeduraren arabera.

Kontabilitate-inbentarioaren eta produktuen inbentario errealaren arteko desegokitasunak.

Stock-hausturaren, txandakatzearen eta salmenten urtarokotasunaren kostua kalkulatzeko.

Erabilgarri dauden baliabideen arabera zerbitzua egiteko ahalmena, egindako zerbitzuaren kalitatea bermatzeko.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

Negoiazio- eta kudeaketa-teknikak ezagutzea eta baloratzea; bidezkoa bada, zati bateko espezializazioa bere gain hartzea, gainerakoarekiko lotura galdu gabe.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeko.

5.– Produktua edo zerbitzua saltzeko prozesua kudeatzea.

Produktu edo zerbitzu bat saltzeko prozesuaren faseak eta salmenta-moduaren eta bezeroen ezaugarrien arabera garatu behar diren ekintzak identifikatzea.

Egungo bezeroak eta bezero potentzialak identifikatzea, bezeroak aztertzeke eta bilatzeko hainbat teknika erabilia.

Ohiko komunikazio-teknikak erabiltzea bezeroekin harremanetan jartzeko, informazioa bidaltzeko eta salmenta-elkarritzeta hitzartzeko.

Salmenta-elkarritzetak planifikatzea, eta, horretarako, erdietsi behar diren helburuak finkatzea, salmenta-argumentarioa bezeroaren ezaugarrietara eta profilerara egokitzea eta produktuaren aurkezpenean argudioak indartzeko beharrezkoa den laguntzako materiala prestatzea.

Produktuaren edo zerbitzuaren aurkezpena egitea, eta, eginkizun horretan, haren nolakotasunak azpimarratzea, lehiakideenengandik bereiztea argudio egokiaren bidez, eta informatika-aplikazio egokia erabiltzea.

Salmenta-teknikak erabiltzea bezeroekin eragiketaren alderdi jakin batzuk adosteko, jarduteko ezarritako muga barruan.

Bezeroen objektiboak asertibotasunez tratatzea, haiek ezeztatu edo gezurtatzeko teknika eta argudio egokiak erabilia.

Produktuaren edo zerbitzuaren salmenta amaitzea, ixte-teknika egokiak erabilia eta hitz gabeko komunikazioari arreta berezia eskainita.

Salmentan sortutako dokumentazioa lantzea eta artxibatzeko lanak egitea, bai eskuz bai informatikoki.

Salmenta-metodoak edo -moduak: tradizionala, autozerbitzua, dendarik gabekoa, on line eta beste batzuk.

Salmenta pertsonala. Saltzaileak salmenta pertsonalean duen funtzioa.

Merkataritza-harremanetako komunikazioa. Informazioa eta komunikazioa.

Komunikazio-prozesua. Elementuak. Komunikazioko zailtasunak.

Komunikazio motak: barnekoa eta kanpoko, formala eta informala, hitzezkoa eta hitz gabekoa.

Hitzezko komunikazioa. Jendaurrean hitz egiteko arauak.

Telefono bidezko komunikazioa. Teknologia berrien erabilera.

Idatzizko komunikazioa.

Hitz gabeko komunikazioa.

Salmenta-prozesua: faseak.

Bezeroak aztertzeke eta bilatzeko metodoak.

Salmenta prestatzea: Bisita hitzartzea eta prestatzea.

Elkarritzetaren garapena eta salmenta ixtea. Salmenta-teknikak.

Salmentaren jarraipena.

Salmentaren kobrantza.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

Negoiazio-teknikak ezagutzea eta baloratzea, lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzea.

Talde-lanetan elkartasunez parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

6.— Merkataritza-eragiketa prozesu baten baldintzak negoziatzeko prozesua diseinatzea.

Negoiazioa erabakiak hartzeko hautabide gisa aztertzea, salerosketa-eragiketen alderdi jakin batzuk negoziatzeko premia kontuan hartuta.

Negoiazio-prozesu batean eragina duten aldagaiak aztertzea, hala nola ingurunea, helburuak, denbora, beste alderdiaren informazioa, alderdien arteko botere-erlazioa eta negoziazioaren mugak.

Negoiatzeko estiloak ezaugarritzea, eta, kasu bakoitzean, haien abantailak eta eragozpenak aztertzea.

Merkataritzako negoziazio-prozesu baten oinarritzko etapak eta fase bakoitzean garatu behar diren ekintzak identifikatzea.

Aldez aurretik definitutako negoziazio-prozesu bat eraginkortasunez prestatzeko plan estrategikoa eta beharrezkoak diren gainerako jarduerak lantzea.

Salerosketa-eragiketa baten baldintzak ustezko bezero batekin negoziatzea, eta, horretarako, negoziatio-teknika egokiak aplikatzea aldez aurretik finkatutako mugen barruan.

Zenbait suposiziotan hainbat negoziatio-taktika aplikatzea, enpresarentzat akordio onurazkoa lortzeko asmoz, ezarritako muga eta marjinen barruan.

Merkataritza-harremanetako negoziatio.

Negoiazioa erabakiak hartzeko hautabide gisa.

Negoiazioaren oinarritzko aldagaiak: ingurunea, helburuak, denbora, informazioa, negoziatioaren mugak eta alderdien arteko botere-erlazioa.

Negoiatzeko hainbat estilo. Jarrera gogorra/oldarkorra, jarrera otzana/lagunkoia, eta laguntzeko eta hitz egiteko jarrera.

Negoiatzaile onaren nolakotasunak.

Negoiazioan arrakasta lortzeko arauak.

Negoiazio-prozesu baten faseak.

Negoiazioaren prestakuntza.

Negoiazioaren garapena.

Ituna edo akordioa.

Negoiazioaren jarraipena.

Negoziatzeko estrategia eta taktikak.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

Negoiazio- eta kudeaketa-teknikak ezagutzea eta baloratzea; bidezkoa bada, zati bateko espezializazioa bere gain hartzea, gainerakoarekiko lotura galdu gabe.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzea.

7.– Salerosketa-kontratuak eta antzeko beste batzuk lantzea.

Salerosketa-kontratuak erregulatzen dituen lege-araudia interpretatzea.

Salerosketa-kontratua ezaugarritzea, hala nola esku hartzen duten elementuak, alderdien esku-bideak eta betebeharrak, kontratuaren egitura eta edukia, eta bertan sartu ohi diren klausulak aztertzea.

Saltzailearen eta eroslearen artean hartutako erabakiak jasotzen dituen salerosketa-kontratua lantzea, testu-prozesadore bat erabilita.

Salerosketa-kontratu bereziak aztertzea.

Epekako salerosketako kontratua, hura erregulatzen duen araudia eta formalizatzeko exijitzen diren baldintzak aztertzea.

Kontsignazio-salmentako kontratua ezaugarritzea, eta hura formalizatzea bidezkoa egiten duten hainbat suposizio aztertzea.

Hornidura-kontratua ezaugarritzea, eta material eta zerbitzu jakin batzuen hornikuntzarako zein kasutan den beharrezkoa aztertzea.

Leasing eta renting kontratuak enpresaren ibilgetua finantzatzeko modu gisa aztertzea.

Merkataritzako arbitraje-prozedura gatazkei eta betetzen ez diren kontratuei konponbidea aurkitzeko modu gisa aztertzea.

Kontratua: ezaugarriak eta oinarrizko eskakizunak. Kontratu motak.

Salerosketa-kontratua. Kontratuaren ezaugarriak, eskakizunak eta elementuak.

Salerosketa erregulatzen duten arauak: salerosketa zibila eta merkataritzako salerosketa.

Salerosketa-kontratuaren eraketa: eskaintza eta eskaintzaren onarpena.

Alde bien betebeharrak: saltzailearen eta eroslearen betebeharrak.

Salerosketa-kontratu baten klausula orokorrak.

Epekako salerosketako kontratua.

Hornidura-kontratua.

Estimazio-kontratua edo kontsignazio-salmentakoa.

Salerosketa-kontratu bereziak.

Garraioko eta aseguruko kontratuak.

Leasing eta renting kontratuak.

Factoring eta forfaiting kontratuak.

Kontratua ez betetzearen ondoriozko gatazken ebazpena: auzibidea eta arbitraje-bidea.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

Negoiazio- eta kudeaketa-teknikak ezagutzea eta baloratzea; bidezkoa bada, zati bateko espezializazioa bere gain hartzea, gainerakoarekiko lotura galdu gabe.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeta.

Talde-lanetan elkartasunez parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

8.– Bezeroekiko harremanen kudeaketa planifikatzeta.

Saldu ondoko jarraipena behar izaten duten merkataritza-egoerak eta hura gauzatzeko beharrezkoak diren ekintzak identifikatzeta.

Bezeroekiko harremanari eusteko eta haien erabateko gogobetetasuna bermatzeko gauzatu behar diren saldu ondoko zerbitzuak eta bezeroari arreta egitekoak ezaugarritzeta.

Saldu ondoko zerbitzuen eta bezeroari arreta egitekoen kalitate-kontrola egiteko erabili behar diren irizpideak eta prozedurak deskribatzeta.

Produktu edo zerbitzu baten salmenta-prozesuan sor daitezkeen gatazka, kexa eta erreklamazio motak eta haien izaera identifikatzeta.

Gorabeheraren bat izan denean, haren frogak izan direnetik konponbidea aurkitzeaz arduratzen denak jardun arteko prozedura eta beharrezkoa den dokumentazioa deskribatzeta.

Bezeroen kexa eta erreklamazioei konponbidea aurkitzeko aplikatu daitezkeen teknikak eta prozedurak identifikatzeta.

Bezeroen leialtasuna lortzeko programa baten parte izan daitezkeen bezeroak hautatzea, merkataritza-irizpideen eta enpresan erabilgarri dagoen informazioaren arabera, eta, hala bada, gogio, bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresna (CRM) erabiltzea.

Bezeroen leialtasuna lortzeko plana lantzea, erabilgarri dagoen informatika-aplikazioa erabiltzea.

Salmentaren jarraipena eta bezeroarentzako arreta.

Saldu ondoko zerbitzua.

Bezeroa, kontsumitzailea eta erabiltzailea informatzeko zerbitzua eta hari arreta egitekoa.

Kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko indarrean dagoen araudia.

Bezeroen kexen eta erreklamazioen kudeaketa.

Marketin erlazionala eta bezeroekiko harremanari dagokiona.

Bezeroekiko harremanen kudeaketa.

Bezeroak, kontsumitzailea eta erabiltzailea informatzeko eta haiei arreta egiteko zerbitzuaren kalitate-kontrola.

Bezeroen leialtasuna lortzeko estrategiak eta teknikak.

Leialtasuna lortzeko programak.

Bezeroekiko harremanak kudeatzeko informatika-aplikazioak (CRM).

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

Negoiazio- eta kudeaketa-teknikak ezagutzea eta baloratzea; bidezkoa bada, zati bateko espezializazioa bere gain hartzea, gainerakoarekiko lotura galdu gabe.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeko.

Talde-lanetan elkartasunez parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

5. Lanbide-modulua: Marketin-politikak

Kodea: 0930

Maila: 1.a

Iraupena: 132 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 12

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Merkatu-aukerak ebaluatzen ditu, produktu bat merkaturatzeko, merkatu berrietan sartzeko edo produktu edo zerbitzuaren posizionamendua hobetzeko, eta, horretarako, marketing mixeko aldagaiak eta merkatuaren joerak eta bilakaera aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Produktu edo zerbitzuaren eskaintzari eta eskariari buruz erabilgarri dauden datuak aztertu ditu, eta lehiakideenekin eta produktu ordezeko eta osagarrienekin konparatu ditu.

b) Salmentek produktuen, produktu-lerroen edo marken arabera, edo bezero moten arabera izan duten bilakaerari eta joerari buruzko informazioa aztertu du, eta merkatu-kuota eta aldakuntza-tasak kalkulatu ditu, informatika-aplikazio egokia erabilia.

c) Bezero errealen eta potentzialen profila eta erosteko ohiturak aztertu ditu, produktua edo zerbitzua haien erosteko ohitura, behar eta motibazioetara egokitzeke.

d) Enpresari merkataritza-aukerak eman diezazkioketen merkatu-nitxoak identifikatu ditu, azterketa-teknika egokiak aplikatuta.

e) erosketa-potentziala duten eta merkataritzaren aldetik enpresarentzat erakargarriak diren bezero-taldeak edo segmentuak identifikatu ditu, irizpide hauek erabilia: erosketa-bolumena eta maiztasuna, leialtasun-maila, markarekiko identifikazioa eta produktua bereizteko ahalmena, besteak beste.

f) Egindako datu-analisien ondorioak jasotzen dituzten txostenak egin ditu, informatika-aplikazio egokia erabilia.

2.– Produktuaren politika definitzen du, eta, horretarako, produktuaren edo zerbitzuaren ezaugarriak, atributuak eta baliagarritasuna aztertzen ditu, haren xede diren bezeroen beharretara eta profilera egokitzeko.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Produktuaren edo zerbitzuaren atributuak identifikatu ditu, haren izaeraren, baliagarritasunaren eta ase ditzakeen beharren arabera, eta haren xede den kontsumitzailearen pertzepzioa eta erosteko arrazoiak kontuan hartuta.

b) Enpresak merkaturatzen dituen produktuen eta haien lerro, familia eta kategorien datu-base bat landu du, eta haien ezaugarri teknikoei, erabilerei, aurkezpenari, ontziari eta markari buruzko informazio garrantzitsua sartu du bertan.

c) Produktuak edo zerbitzuak lehiakideenekin konparatzeko azterketa bat egin du, eta, bestek beste, ezaugarri teknikoak, baliagarritasuna, aurkezpena, marka eta ontzia konparatu ditu.

d) Produktuaren, zerbitzuaren edo produktu-gamaren merkatuko posizionamendua zehaztu du, eta, horretarako, hainbat ratio, hazkunde-tasa, merkatu-kuotak, hazkunde/merkatu-partaidetza matrizea (BCG eredua) eta beste zenbait analisi-teknika erabili ditu.

e) Hainbat produkturen bizi-zikloa aztertu du, zikloaren zein fasetan dauden zehazteko.

f) Produktu edo zerbitzuei buruzko informazioa eguneratu du, eta, horretarako, salmenta-saretik, banatzaileengandik eta dendetatik edo bezero-taldeengandik bildu du informazioa, informatika-tresna egokia erabilia.

g) Produktu-politikako balizko merkataritza-estrategiak definitu ditu, produktuaren bizi-zikloa eta bezeroen profila kontuan hartuta.

h) Produktuei, zerbitzuei edo produktu-lerroei buruzko txostenak egin ditu, marka-irudia, posizionamendua eta izan litezkeen merkataritza-estrategiak aztertuta.

3.– Produktu edo zerbitzuen prezio-politika definitzen du, eta, horretarako, kostuak, eskaria, lehia eta prezioen eraketan eta kalkuluan esku hartzen duten gainerako faktoreak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Produktu edo zerbitzuen prezioei eta merkaturatzeari buruz indarrean dagoen lege-araudia identifikatu du, enpresaren prezio-politikan aplikatzeko.

b) Produktuaren salmenta-prezioa zehazten duten faktoreak identifikatu ditu, eta, horretarako, fabrikazio- eta banaketa-kostuak, komisioak, marjinak eta deskontuak aintzat hartu eta produktua-ren bizi-zikloa, posizionamendua eta hura merkaturatzeko estrategia kontuan hartu ditu.

c) Fabrikazio- eta merkaturatze-kostuetan izandako aldakuntzek produktuaren azken salmenta-prezioan eta salmenta-bolumenean duten eragina ebaluatu du, produktuaren edo zerbitzuaren eskariaren elastikotasuna aztertuta.

d) Produktuaren salmenta-prezioa fabrikazio- eta banaketa-kostuen dokumentua abiapuntu hartuta kalkulatu du.

e) Produktuaren edo zerbitzuaren marjina gordina kalkulatu du, kostuaren osagaiak, lokagunea eta merkatuaren joera aztertuta, eta marjinetan izan litezkeen hobekuntzak proposatu ditu.

f) Produktuaren edo zerbitzuaren prezioa lehiakideenekin konparatzeko azterketa bat egin du, eta prezioen arteko aldean zergatikoak aztertu ditu.

g) Prezio-politikan dauden estrategiak aztertu ditu, kostuak, produktuaren bizi-zikloa, lehiakideen prezioak eta xede duen merkatu-segmentuaren ezaugarriak kontuan hartuta.

h) Produktuen, zerbitzuen edo produktu-lerroen prezioei buruzko txostenak egin ditu, erabakiak hartzeko.

4.– Produktu, zerbitzu edo produktu-gama bakoitzerako banaketa-kanal eta modu egokiena hautatzen du, eta, horretarako, erabilgarri dauden banaketa-aukerak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza-banaketa-aren funtzioak identifikatu ditu, eta marketing mixaren barruan duen garrantzi estrategikoa baloratu du.

b) Dauden salmenta-moduak ezaugarritu ditu, sektorearen, produktu edo zerbitzu motaren eta bezero motaren arabera.

c) Dauden banaketa-kanalak bitartekari kopuruaren eta motaren, haien arteko elkartze-mailaren eta betetzen dituzten funtzioen arabera sailkatu ditu.

d) Merkataritza-banaketa-ko hainbat egitura konparatzeko azterketa bat egin du, eta, horretarako, kanalaren mailak eta bitartekari kopurua eta mota aztertu ditu eta on line banaketa-aren aukera baloratu du.

e) Banaketa-kanal egokiena hautatu du, norberaren eta besteren banaketa-estrategia eta lortu nahi den merkatuaren estaldura kontuan hartuta.

f) Merkataritzako bitartekotzako kontratu motak aztertu ditu, fabrikatzaileen eta banaketa- eta salmenta-sarearen arteko harremana formalizatzen dutenak.

g) Merkataritza-banaketa-aren kostua kalkulatu du, hura osatzen duten elementu guztiak kontuan hartuta.

h) Merkataritza-banaketari buruzko txostenak egin ditu, kostuen azterketen datuak, denborak, erabilgarri dauden bitartekariak eta estrategia bideragarriak abiapuntu hartuta, erabakiak hartzeko.

5.– Produktu eta zerbitzu berriak merkaturatzeko edo merkaturatu iraunarazteko eta, hartara, irudi korporatiboa eta marka-irudia indartzeko komunikazio-ekintza egokienak hautatzen ditu, eta, horretarako, erabilgarri dauden aukerak ebaluatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Komunikazio-politikaren helburuak definitu ditu, helburuko publikoaren ezaugarriak edo erdie-tsi nahi diren target-ak kontuan hartuta.

b) Komunikazioaren mixa osatzen duten ekintza motak eta moduak ezaugarritu ditu.

c) Komunikazioko ekintza motak eta tresnak bereizi ditu, helburuko publikoa, irudi korporatiboa eta antolakundearen helburuak eta estrategiak kontuan hartuta.

d) Hainbat komunikazio-ekintza konparatzeko azterketa bat egin du, aurreikusitako inpaktua-ren, helburuen, aurrekontuaren eta bitartekoen eta komunikabideen merkaturatu erabilgarri dauden euskarrien arabera.

e) Komunikazio-ekintzen maiztasuna, aldia eta epeak definitu ditu, helburuko publikoaren gaineko inpaktuaren efizientziaren eta eraginkortasunaren, aurreko ekintzen lorpenen, lehiakideen ekintzen eta aurrekontu erabilgarriaren arabera.

f) Antolakundeak komunikazio-ekintzak gauzatzeko edo kontratatzeke duen ahalmena ebaluatu du, baliabide erabilgarrien eta erabili behar diren komunikabideen arabera.

g) Produktu berriak merkaturatzeko edo merkatuan iraunarazteko eta, hartara, irudi korporatiboa eta marka-irudia indartzeko komunikazio- eta sustapen-ekintza egokienak hautatu ditu.

h) Helburuak eta target-ak edo helburuko publikoa eta erabilgarri dauden bitartekoen azterketa jasotzen dituen komunikazio-politikaren oinarritzko txostena egin du.

6.— Komunikazio-ekintzak gauzatzeko edo kanpoan kontratatzeke produktu, zerbitzu edo marken briefingak egiten ditu, eta, horretarako, marketing mixeko aldagaiak, merkataritza-helburuak eta bezeroen profila erlazionatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Produktu, zerbitzu edo marka baten briefingaren helburuak eta xedea definitu ditu, marketing-ekintzak garatzeko.

b) Briefingaren egitura eta hura osatzen duten elementuak ezaugarritu ditu, marketing-ekintza motaren eta haren hartzaillearen arabera.

c) Produktuaren, zerbitzuaren edo markaren oinarritzko informazioa edo briefinga lantzeko behar izaten diren datuak hautatu ditu, aurrera eramango den ekintza motaren arabera.

d) Behar bezala ezaugarritutako briefing batean bildutako informazioa aztertu du, informazio horren xedea adierazi du eta garrantzizko ondorioak atera ditu.

e) Komunikazio-ekintza jakin baterako produktu edo zerbitzu baten briefinga idatzi du, jasotako zehaztapenen arabera eta informatika-tresnak eta aurkezpenekoak erabilita.

7.— Marketing-plana lantzen du, eta, horretarako, produktuaren oinarritzko informazioa, prezioa, banaketa eta komunikazioa hautatu, eta marketing mixeko aldagaiak elkarrekin erlazionatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza-plangintzako prozesuaren etapak edo faseak ezaugarritu ditu eta marketing-planaren baliagarritasuna identifikatu du.

b) Aztertuko diren oinarritzko informazioa edo datuak hautatu ditu.

c) Egoeraren kanpoko zein barneko analisia (AMIA) egin du, estatistika-teknika eta informatika-aplikazio egokiak erabilita.

d) Lortu nahi diren helburuak ezarri ditu eta haiek erdiesteko marketing-estrategia egokienak hautatu ditu.

e) Produktuaren, prezioaren, banaketaren eta komunikazioaren politiken ekintzak eta haien arteko erlazioak ezarri ditu.

f) Aurrekontua landu du, eta aurreikusitako politikak aurrera eramateko beharrezkoak diren finantza-baliabideak eta giza baliabideak eta plana praktikan jartzeko behar den denbora zehaztu ditu.

g) Marketin-plana idatzi eta aurkeztu du, informatika-tresna egokiak erabilia.

8.– Marketin-planean ezarritako merkataritza-politika eta ekintzen jarraipena eta kontrola egiten du, eta haien garapena eta aurreikusitako helburuen lorpen-maila ebaluatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Marketin-planeko politiken jarraipena egiteko eta haiek kontrolatzeko prozedurak ezarri ditu, eta, horretarako, inplikaturako sail eta agenteengandik eta salmenta- eta banaketa-saretik bildu du informazioa.

b) Marketin-ekintzak kontrolatzeko prozesuan lortutako informazioa eguneratu du, aplikazioak eta informazio-sistemak erabilia: marketineko informazio-sistema (MIS), bezeroekiko harremanak kudeatzeko aplikazioa (CRM) eta beste zenbait.

c) Marketin-planaren ekintzak kontrolatzeko ratioak kalkulatu ditu, beste sail batzuetatik, salmenta-saretik eta marketineko informazio-sistematik (MIS) lortutako informazioa abiapuntu hartuta.

d) Lortutako emaitzak marketin-planean aurreikusitako helburuekin konparatu ditu, eta plana gauzatzean izan diren desbideratzeak zehaztu ditu.

e) Merkataritza-politikak eta ekintzak gauzatzean izan diren desbideratzeak eta egin diren akatsak konpontzeko neurri zuzentzaileak proposatu ditu.

f) Marketin-plana kontrolatzeko eta ebaluatzeko txostenak egin ditu, jarraipen-prozesuan lortutako informazioa, hautemandako desbideratzeak eta neurri zuzentzaileen proposamena bilduta.

B) Edukiak:

1.– Enpresa baten merkatu-aukerak ebaluatzea.

Produktu edo zerbitzuaren eskaintzari eta eskariari buruz erabilgarri dauden datuak aztertzea, eta lehiakideenekin eta produktu ordezeko eta osagarrienekin konparatzea.

Salmentek produktuen, produktu-lerroen edo marken arabera, edo bezero motaren arabera izan duten bilakaerari eta joerari buruzko informazioa aztertzea, eta merkatu-kuota eta aldakuntza-tasak kalkulatzeko, informatika-aplikazio egokia erabilia.

Bezero errealen eta potentzialen profila eta erosteko ohiturak aztertzea, produktua edo zerbitzua haien erosteko ohitura, behar eta motibazioetara egokitzeko.

Enpresari merkataritza-aukerak eman diezazkioketen merkatu-nitxoak identifikatzea, azterketateknika egokiak aplikatuta.

Erosketa-potentziala duten eta merkataritzaren aldetik enpresarentzat erakargarriak diren bezero-taldeak edo segmentuak identifikatzea, irizpide hauek erabilia: erosketa-bolumena eta maiztasuna, leialtasun-maila, markarekiko identifikazioa eta produktua bereizteko ahalmena, besteak beste.

Egindako datu-analisen ondorioak jasotzen dituzten txostenak egitea, informatika-aplikazio egokia erabilia.

Marketinaren kontzeptua eta edukia.

Marketinak ekonomian dituen funtzioak.

Marketina enpresaren kudeaketan.

Marketin motak.

Marketin estrategikoa. Merkatu-aukeren azterketa.

Merkatua segmentatzeko estrategiak.

Marketin operatiboa. Marketing mixeko aldagaiak.

Marketing mixeko politiken definizioa eta garapena.

Zerbitzuen marketina.

Sortzen diren arazoen aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeta.

2.– Produktuaren edo zerbitzuaren politika zehaztea.

Produktuaren edo zerbitzuaren atributuak identifikatzea, haren izaeraren, baliagarritasunaren eta ase ditzakeen beharren arabera, eta haren xede den kontsumitzailearen pertzepzioa eta eros-teko arrazoiak kontuan hartuta.

Enpresak merkaturatzen dituen produktuen eta haien lerro, familia eta kategorien datu-base bat lantzea, eta haien ezaugarri teknikoei, erabilerei, aurkezpenari, ontziari eta markari buruzko informazio garrantzitsua sartzea bertan.

Produktuak edo zerbitzuak lehiakideenekin konparatzeko azterketa bat egitea, eta, besteak beste, ezaugarri teknikoak, baliagarritasuna, aurkezpena, marka eta ontzia konparatzea.

Produktuaren, zerbitzuaren edo produktu-gamaren merkatuko posizionamendua zehaztea, eta, horretarako, hainbat ratio, hazkunde-tasa, merkatu-kuotak, hazkunde/merkatu-partaidetza matri-zea (BCG eredua) eta beste zenbait analisi-teknika erabiltzea.

Hainbat produktuen bizi-zikloa aztertzea, zikloaren zein fasetan dauden zehazteko.

Produktu edo zerbitzuei buruzko informazioa eguneratzea, eta, horretarako, salmenta-saretik, banatzaileengandik eta dendetatik edo bezero-taldeengandik biltzea informazioa, informatika-tresna egokia erabilita.

Produktu-politikan izan litezkeen merkataritza-estrategiak definitzea, produktuaren bizi-zikloa eta haren xede den bezeroaren profila kontuan hartuta.

Produktuei, zerbitzuei edo produktu-lerroei buruzko txostenak egitea, marka-irudia, posiziona-mendua eta izan litezkeen merkataritza-estrategiak aztertuta.

Produktua marketin-tresna gisa. Ezaugarriak eta atributuak. Produktu motak.

Produktuaren dimentsioa.

Produktuaren bizi-zikloa.

Produktuaren politika. Helburuak.

Produktu, zerbitzu edo marken zorroaren azterketa.

Produktuen politikako estrategiak.

Produktu berriak sortzea eta merkaturatzea.

Produktuak dibertsifikatzea.

Produktua edo zerbitzua bereiztea.

Marka. Xedea eta lege-arautzea. Marka motak. Estrategiak.

Produktu, zerbitzu eta marken irudia eta posizionamendua.

Produktuei buruzko txostenak egitea, informatika-tresnak erabilia.

Sortzen diren arazoen aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

3.— Prezio-politika definitzea.

Produktu edo zerbitzuen prezioei eta merkaturatzeari buruz indarrean dagoen lege-araudia identifikatzea, enpresaren prezio-politikan aplikatzeko.

Produktuaren salmenta-prezioa zehazten duten faktoreak identifikatzea, eta, horretarako, fabrikazio- eta banaketa-kostuak, komisioak, marjinak eta deskontuak aintzat hartu eta produktuaren bizi-zikloa, posizionamendua eta hura merkaturatzeko estrategia kontuan hartzea.

Fabrikazio- eta merkaturatze-kostuetan izandako aldakuntzek produktuaren azken salmenta-prezioan eta salmenta-bolumenean duten eragina ebaluatzea, produktuaren edo zerbitzuaren eskariaren elastikotasuna aztertuta.

Produktuaren salmenta-prezioa fabrikazio- eta banaketa-kostuen dokumentua abiapuntu hartuta kalkulatzea.

Produktuaren edo zerbitzuaren marjina gordina kalkulatzea, kostuaren osagaiak, lokagunea eta merkatuaren joera aztertuta, eta marjinetan izan litezkeen hobekuntzak proposatzea.

Produktuaren edo zerbitzuaren prezioa lehiakideenekin konparatzeko azterketa bat egitea, eta prezioen arteko aldeak zergatikoak aztertzea.

Prezio-politikan dauden estrategiak aztertzea, kostuak, produktuaren bizi-zikloa, lehiakideen prezioak eta xede duen merkatu-segmentuaren ezaugarriak kontuan hartuta.

Produktuen, zerbitzuen edo produktu-lerroen prezioei buruzko txostenak egitea, erabakiak hartzeko.

Produktuaren prezioa marketin-tresna gisa.

Produktu edo zerbitzu baten prezioaren osagaiak.

Prezioak finkatzeko prozesua. Horretan eragina duten faktoreak.

Prezio-politika. Helburuak.

Prezioen alorreko lege-araudia.

Prezioak finkatzeko metodoak: kostuetan, lehian eta merkatuaren eskarian oinarritzen direnak.

Prezio-politikako estrategiak.

Prezio psikologikoen estrategia.

Produktu baten kostuak kalkulatzeko eta salmenta-prezioa zehaztea, kalkulu-orria erabilia.

Prezioei buruzko txostenak egitea, informatika-tresna egokiak erabilia.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeko.

4.– Banaketa kanala eta modua hautatzea.

Merkataritza-banaketaren funtzioak identifikatzea, eta marketing mixaren barruan duen garrantzi estrategikoa baloratzea.

Dauden salmenta-moduak ezaugarritzea, sektorearen, produktu edo zerbitzu motaren eta bezero motaren arabera.

Dauden banaketa-kanalak bitartekari kopuruaren eta motaren, haien arteko elkartzeko-mailaren eta betetzen dituzten funtzioen arabera sailkatzea.

Merkataritza-banaketako hainbat egitura konparatzeko azterketa bat egitea, eta, horretarako, kanalaren mailak eta bitartekari kopurua eta mota aztertzea eta on line banaketaren aukera baloratzea.

Banaketa-kanal egokiena hautatzea, norberaren eta besteren banaketa-estrategia eta lortu nahi den merkatuaren estaldura kontuan hartuta.

Merkataritzako bitartekotzako kontratu motak aztertzea, fabrikatzaileen eta banaketa- eta salmenta-sarearen arteko harremana formalizatzen dutenak.

Merkataritza-banaketaren kostua kalkulatzeko, hura osatzen duten elementu guztiak kontuan hartuta.

Merkataritza-banaketari buruzko txostenak egitea, kostuen azterketen datuak, denborak, erabilgarri dauden bitartekariak eta estrategia bideragarriak abiapuntu hartuta, erabakiak hartzeko.

Merkataritza-banaketa marketin-tresna gisa.

Banaketa-kanalak. Kontzeptua, egitura eta motak.

Merkataritzako bitartekariak. Bitartekari motak eta haien funtzioak.

Banaketa-politika. Helburuak.

Banaketa-kanala eta modua hautatzea baldintzatzen duten faktoreak.

Salmenta-metodoak: salmenta tradizionala, autozerbitzua eta dendarik gabekoa, besteak beste.

Banatzeko merkataritza-moduak: denda independentea, elkartua eta integratua.

Banaketa-estrategiak. Fabrikatzailearen eta salmenta-sarearen eta puntuen arteko harremana.

Merkataritzako bitartekotzako kontratuak eta moduak.

Frankizia-kontratua.

Banaketa-kostuak: egitura eta kalkulua.

Banaketari buruzko txostenak egitea, informatika-aplikazioak erabilita.

Sortzen diren arazoen aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

5.— Komunikazio-ekintzak hautatzea.

Komunikazio-politikaren helburuak definitzea, helburuko publikoaren ezaugarriak edo erdietsi nahi diren target-ak kontuan hartuta.

Komunikazioaren mixa osatzen duten ekintza motak eta moduak ezaugarritzea.

Komunikazioko ekintza motak eta tresnak bereiztea, helburuko publikoa, irudi korporatiboa eta antolakundearen helburuak eta estrategiak kontuan hartuta.

Hainbat komunikazio-ekintza konparatzeko azterketa bat egitea, aurreikusitako inpaktuaren, helburuen, aurrekontuaren eta bitartekoen eta komunikabideen merkatuan erabilgarri dauden euskarrien arabera.

Komunikazio-ekintzen maiztasuna, aldia eta epeak definitzea, helburuko publikoaren gaineko inpaktuaren efizientziaren eta eraginkortasunaren, aurreko ekintzen lorpenen, lehiakideen ekintzen eta aurrekontu erabilgarriaren arabera.

Antolakundeak komunikazio-ekintzak gauzatzeko edo kontratatzeke duen ahalmena ebaluatzea, baliabide erabilgarrien eta erabili behar diren komunikabideen arabera.

Produktu berriak merkaturatzeko edo merkatuan iraunarazteko eta, hartara, irudi korporatiboa eta marka-irudia indartzeko komunikazio- eta sustapen-ekintza egokienak hautatzea.

Helburuak eta target-ak edo helburuko publikoa eta erabilgarri dauden bitartekoen azterketa jasotzen dituen komunikazio-politikaren oinarritzko txostena egitea.

Merkataritza-komunikazioko prozesua. Oinarritzko elementuak.

Komunikazio-mixa: motak eta moduak.

Komunikazio-politikak.

Publizitatea.

Salmenten sustapena.

Harreman publikoak.

Zuzeneko marketina.

Marketin erlazionala.

Merchandising-a.

Salmenta pertsonala.

On line marketina.

Komunikazio-politikari buruzko txostenak egitea, informatika-aplikazioak erabilia.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Pertsonen arteko komunikazio-moduak antzematea, komunikazioa zein egoeratan sortzen den kontuan izanda.

Beste kultura batzuetako pertsonetikiko harremanak dakarren aberastasuna baloratzea.

Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

6.– Produktuen, zerbitzuen edo marken briefingak egitea.

Produktu, zerbitzu edo marka baten briefingaren helburuak eta xedea definitzea, marketin-ekintzak garatzeko.

Briefingaren egitura eta hura osatzen duten elementuak ezaugarritzea, marketin-ekintza motaren eta haren hartzailearen arabera.

Produktuaren, zerbitzuaren edo markaren oinarrizko informazioa edo briefinga lantzeko behar izaten diren datuak hautatzea, aurrera eramango den ekintza motaren arabera.

Behar bezala ezaugarritutako briefing batean bildutako informazioa aztertzea, informazio horren xedea adieraztea eta garrantzizko ondorioak ateratzea.

Komunikazio-ekintza jakin baterako produktu edo zerbitzu baten briefinga idaztea, jasotako zehaztapenen arabera eta informatika-tresnak eta aurkezpenekoak erabilia.

Produktu edo zerbitzu baten briefing: helburuak eta xedea.

Briefingaren egitura.

Hura osatzen duten elementuak eta informazioa.

Briefing bat informatika-aplikazioak erabilia egitea.

Sortzen diren arazoen aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeko.

7.– Marketin-plana lantzea.

Merkataritza-plangintzako prozesuaren etapak edo faseak ezaugarritzea eta marketin-planaren baliagarritasuna identifikatzea.

Aztertuko diren oinarritzko informazioa edo datuak hautatzea.

Egoeraren kanpoko zein barneko analisia (AMIA) egitea, estatistika-teknika eta informatika-aplikazio egokiak erabilia.

Lortu nahi diren helburuak ezartzea eta haiek erdiesteko marketin-estrategia egokienak hautatzea.

Produktuaren, prezioaren, banaketaren eta komunikazioaren politiken ekintzak eta haien arteko erlazioak ezartzea.

Aurrekontua lantzea, eta aurreikusitako politikak aurrera eramateko beharrezkoak diren finantza-baliabideak eta giza baliabideak eta plana praktikan jartzeko behar den denbora zehaztea.

Marketin-plana idaztea eta aurkeztea, informatika-tresna egokiak erabilia.

Marketinaren plangintza: xedea eta helburuak.

Marketin-plana: ezaugarriak, baliagarritasuna eta egitura.

Egoeraren azterketa: barneko eta kanpoko azterketa. AMIA analisia.

Helburu orokorrak eta marketinekoak ezartzea.

Marketin-estrategiak hautatzea.

Marketing mixeko ekintzak eta politikak. Haien arteko erlazioa.

Aurrekontua.

Marketin-plana gauzatzea eta kontrolatzea.

Marketin-plana idaztea eta aurkeztea, informatika-aplikazioak erabilia.

Zerbitzuetarako marketin-plana.

Sortzen diren arazoen aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeko.

8.– Marketin-planeko politiken eta ekintzen jarraipena eta kontrola.

Marketin-planeko politiken jarraipena egiteko eta haiek kontrolatzeko prozedurak ezartzea, eta, horretarako, inplikaturako sail eta agenteengandik eta salmenta- eta banaketa-saretik biltzea informazioa.

Marketin-ekintzak kontrolatzeko prozesuan lortutako informazioa eguneratzea, aplikazioak eta informazio-sistemak erabilia: marketineko informazio-sistema (MIS), bezeroekiko harremanak kudeatzeko aplikazioa (CRM) eta beste zenbait.

Marketin-planaren ekintzak kontrolatzeko ratioak kalkulatzeko, beste sail batzuetatik, salmenta-saretik eta marketineko informazio-sistematik (MIS) lortutako informazioa abiapuntu hartuta.

Lortutako emaitzak marketin-planeari aurreikusitako helburuekin konparatzea, eta plana gauzatzeko izan diren desbideratzeak zehaztea.

Merkataritza-politikak eta ekintzak gauzatzean izan diren desbideratzeak eta egin diren akatsak konpontzeko neurri zuzentzaileak proposatzea.

Marketin-plana kontrolatzeko eta ebaluatzeko txostenak egitea, jarraipen-prozesuan lortutako informazioa, hautemandako desbideratzeak eta neurri zuzentzaileen proposamena bilduta.

Marketin-planeko ekintzen jarraipena eta kontrola.

Kontrol-ratio ohikoenak kalkulatzeko, kalkulu-orriak erabilia.

Izandako desbideratzeak kalkulatzeko eta neurri zuzentzaileak proposatzea.

Sortzen diren arazoen aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeko.

6. Lanbide-modulua: Marketin digitala

Kodea: 0931

Maila: 1.a

Iraupena: 198 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 11

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Sare publiko, erdipubliko eta pribatuarentako sarbideak eta konexioak administratzen ditu, eta, horretarako, Internet sare publikoan espezializatutako nabigatzaileak eta informazio-bilatzaileak erabiltzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Interneten funtzionamenduaren eta erabileraren funtsezko kontzeptuak identifikatu ditu.

- b) Internetekin konektatzeko sistemak ebaluatu ditu.
- c) Interneten informatika-sistematik sarbidea konfiguratu du.
- d) Intraneten eta estraneten berezko ezaugarriak egiaztatu ditu.
- e) Interneten zehar mugitzeko programa nabigatzaile nagusiak erabili ditu.
- f) Informazio-bilaketa selektiboak egin ditu aplikazio espezifiko bidez.
- g) Gaika espezializatutako bilatzaileak eta bilaketa aurreratuko beste aplikazio batzuk erabili ditu.

2.– Interneteko hainbat zerbitzu eta protokolo kudeatzen ditu, eta, horretarako, posta elektronikoko programak eta fitxategiak transferitzekoak maneiatzen ditu, besteak beste.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Posta elektronikoa konfiguratzeko elementuak identifikatu ditu.
- b) Posta elektronikoa webetik zuzenean erabili du.
- c) Posta elektronikoko bezero-programak erabili ditu mezuen bidalketa eta harrera kudeatzeko.
- d) Fitxategiak bezero-ordenagailu batetik zerbitzari batera transferitzeko Internet protokoloa (FTP) identifikatu du.
- e) Fitxategiak partekatu ditu parekoen arteko (peer to peer edo P2P) ordenagailu-sare baten bitartez.
- f) Doako softwarea deskargatu du, erabiltzeko denbora-mugak dituen eta mugarik gabekoa.
- g) Besteak beste, bideoak, musika eta bideojokoak deskargatu ditu.

3.– Fakturazio elektronikoa eta beste administrazio-zeregin batzuk telematikoki egiten ditu, kasu bakoitzean software espezifiko erabilita.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Faktura-formatu elektroniko gutxi-asko korapilatsuak identifikatu ditu (EDIFACT, XML, PDF, HTML, DOC, XLS, GIF, JPEG edo TXT, besteak beste).
- b) Ordenagailuen arteko transmisio telematikoa ezarri du.
- c) Transmisio telematikoen osotasuna eta egiazkotasuna bermatu du sinadura elektroniko aitortu baten bitartez.
- d) Faktura elektronikoak jaulkitzeko aplikazio espezifikoak erabili ditu.
- e) Interneten ohikoak diren tresnak erabili ditu, gure enpresaren eta erakunde publikoen eta beste erakunde batzuen arteko harremanari buruzkoak.
- f) Interneten erabiltzen diren orotariko hainbat tresna probatu ditu.
- g) Gure informatika-tresnerian biltegitratutako datuen osotasun eta segurtasunerako kaltegarriak diren programak identifikatu ditu.
- h) Gure enpresako informazioa babesteko beharrezkoak diren segurtasun-hesiak aplikatu ditu.

4.– Interneteko beste erabiltzaile batzuekiko harremanetan jarraitu beharreko estrategia zehazten du, enpresa-esparruko programa espezifikoak, komunikazio-foroak eta sare sozialak erabilia.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Web programak erabili ditu testu-ziberberriketak egiteko.
- b) Berehalako mezularitzako programak erabili ditu.
- c) Soinua bakarrik edo soinua eta irudia erabiltzen duten ahozko komunikazio-sistemak aplikatu ditu.
- d) Harremanetan jarri da Interneteko beste erabiltzaile batzuekin eztabaida- eta iritzi-foroen bitartez.
- e) Kontaktuak ezarri ditu gai zehatzei buruz eduki profesionaleko blog tematikoen bitartez.
- f) Komunikazioak, publizitatea eta salmentak egin ditu Interneteko beste erabiltzaile batzuekin sare sozialen bitartez.
- g) Merkataritzako jardueraren, produktuen eta prozesuen ikus-entzunezko edukiak eta argazkiak sortu ditu.

5.– Interneteko erabiltzaileentzako web orri erakargarriak eraikitzen ditu, posizionamenduko, erabilerraztasuneko eta pertsuasioko irizpideak erabilia.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Hipertestua markatzeko lengoaian (HTML) gehien erabiltzen diren sententziak idatzi ditu.
- b) Web orriak osatzen dituzten fitxategiak modu errazean sortzeko aukera ematen duten programa komertzialak erabili ditu.
- c) Domeinu propioa edo doako ostatatzea duten web orrien helbidea erregistratu du.
- d) Zeregin horretan espezializatutako programen bidez sortutako web fitxategiak Internet zerbitzarira bidali ditu.
- e) Testuak, irudiak eta soinua txertatzeko programa espezifikoak erabili ditu.
- f) Merkataritza elektronikorako web eraginkor bat eraiki du.
- g) Eskainitakoan interesatutako eta orientatutako trafikoa sortzeko gai diren esteka interesgarriak sartu ditu webean.

6.– On line merkatuan marketin digitaleko plana diseinatzen du, eta, horretarako, konponbide estrategikoak definitzen ditu marka komertziala garatzeko ekintza espezifikoaren inplementazioaren bidez.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Enpresaren merkataritza-helburuak lortzeko aukera emango duen marketin digitaleko plana prestatu du.
- b) On line marketineko eta posizionamenduko prozesuak definitu ditu.
- c) On line publizitatea eta sustapena egiteko bete behar diren jarraibideak ezarri ditu.

- d) Bilatzaileen marketina konfiguratzen duten elementuak identifikatu ditu.
- e) Marketin elektronikoaren erronkak ebaluatu ditu: ordainbideekiko konfiantza, arazo logistikoak eta segurtasuna.
- f) Sarearen bitartez bezeroak kudeatzeko eta haien leialtasuna lortzeko beharrezkoak diren zereginak egin ditu.
- g) Marketin digitalean bezeroekin komunikatzeko eta harremanetan jartzeko joera berriak identifikatu ditu.
- h) Marketin-ekintzak egin ditu gailu mugikorren bitartez.

7.— Enpresaren merkataritza elektronikoko politika definitzen du, eta on line salmentak egiteko beharrezkoak diren ekintzak ezartzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) On line negozio bat sortzeko edo egokitzeko beharrezkoak diren parametroak ezarri ditu.
- b) Merkataritza elektronikora zuzendutako erakartze-ekintzak definitu ditu.
- c) Interneten dauden negozio-ereduak ezagutu ditu.
- d) Denda birtual bat diseinatu du.
- e) Hartutako eskaeren kudeaketa eta prozesu logistiko osoa planifikatu du.
- f) Merkataritza elektronikoan alderdi juridikoak eta datuen babesari dagozkionak identifikatu ditu.
- g) Erabiliko diren ordainbideak ezarri ditu.
- h) Eragiketen pribatutasuna eta erasoezintasuna bermatuko duten segurtasun-sistemak hautatu ditu.
- i) Egun dauden mota guztietako negozio elektronikoak identifikatu ditu.

B) Edukiak:

1.— Sareetarako sarbideak eta konexioak administratzea.

Interneten funtzionamenduaren eta erabileraren funtsezko kontzeptuak identifikatzea.

Internetekin konektatzeko sistemak ebaluatzea.

Interneten informatika-sistamarako sarbidea konfiguratzea.

Intraneten eta estraneten berezko ezaugarriak egiaztatzea.

Interneten zehar mugitzeko programa nabigatzaile nagusiak erabiltzea.

Informazio-bilaketa selektiboak egitea aplikazio espezifiko bidez.

Gaika espezializatutako bilatzaileak eta bilaketa aurreratuko beste aplikazio batzuk erabiltzea.

Sarrera. Internet zer den eta zer jatorri duen.

Funtzionamendua: zerbitzariak eta bezeroak, TCP/IP protokoloa, World Wide Web, Interneteko domeinuak.

Internetekin konektatzeko moduak.

Sarbidearen konfigurazioa.

Intraneta eta estraneta.

Nabigatzailea eta haren funtzionamendua: nabigatzailerik erabilienak.

Interneten informazioa bilatzea.

Bilatzaileak: bilaketa-tresnak eta indizeak, bilatzaile tematikoak, multibilatzaileak eta metabilatzaileak.

Oinarrizko kontzeptuak: eragileekiko bilaketa, bilaketa-sintaxi bereziak, bilaketa aurreratuko aukera, zerbitzu gehigarrietan txertatzea eta tresna espezifikoak.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea.

Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala (zereginen banaketa komenigarriena).

2.– Interneteko hainbat zerbitzu eta protokolo kudeatzea.

Posta elektronikoa konfiguratzeko duten elementuak identifikatzea.

Posta elektronikoa webetik zuzenean erabiltzea.

Posta elektronikoko bezero-programak erabiltzea mezuen bidalketa eta harrera kudeatzeko.

Fitxategiak bezero-ordenagailu batetik zerbitzari batera transferitzeko sare-protokoloa (FTP) identifikatzea.

Fitxategiak partekatzea parekoen arteko (peer to peer edo P2P) ordenagailu-sare baten bitartez.

Erabiltzeko denbora-mugak dituen doako softwarea eta mugarik gabekoa deskargatzeko programak erabiltzea.

Besteak beste, bideoak, musika eta bideojokoak deskargatzea.

Helbide elektronikoa: zer den eta nola funtzionatzen duen.

Web posta: kontu bat sortzea, eta irakurtzeko, erantzuteko eta bidaltzeko oinarrizko funtzioak egitea.

Zabor-posta.

POP3 posta: zer den eta nola erabiltzen den.

POP3 posta bidaltzeko, hartzeko eta mantentzeko eragiketen kudeaketa.

Fitxategi-transferentzia: zer den eta nola erabiltzen den.

FTP zerbitzariak. FTP aplikazioak.

P2P sareak (Peer to Peer): aplikazioak.

Deskargak: musika, bideoak eta softwarea.

Freeware eta shareware.

Ahots-konexio telefonikoak.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea.

Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala (zereginen banaketa komenigarriena).

Sortzen diren arazoen aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

3.– Fakturazio elektronikoa eta beste administrazio-zeregin batzuk telematikoki egitea.

Faktura-formatu elektroniko gutxi-asko korapilatsuak identifikatzea (EDIFACT, XML, PDF, HTML, DOC, XLS, GIF, JPEG edo TXT, besteak beste).

Ordenagailuen arteko transmisio telematikoak ezartzea.

Transmisio telematikoaren osotasuna eta egiazkotasuna sinadura elektroniko aitortu baten bitartez bermatzen duten prozedurak ezartzea.

Faktura elektronikoak jaulkitzeko aplikazio espezifikoak erabiltzea.

Interneten ohikoak diren tresnak erabiltzea, enpresaren eta erakunde publikoen eta beste erakunde batzuen arteko harremanari buruzkoak.

Interneten erabiltzen diren orotariko hainbat tresna erabiltzea.

Gure informatika-tresnerian biltegitratutako datuen osotasun eta segurtasunerako kaltegarriak diren programak identifikatzea.

Enpresako informazioa babesteko beharrezkoak diren segurtasun-hesiak aplikatzea.

Faktura elektronikoa: alderdi orokorrak, erabiltzeko baldintzak eta lege-araudia.

Segurtasuna: sinadura elektroniko aitortua.

Fakturazio elektronikoko programak.

Beste enpresa batzuekiko eta erakunde publikoekiko harremana: banku elektronikoa, Gizarte Segurantzarekiko izapideak eta Ogasunarekiko zerga-harremanak, besteak beste.

PDF fitxategiak bistartzeko eta inprimatzeko programak.

Beste hainbat aplikazioren artean, musika, bideoak, filmak, telebista-programak eta audioliburuak erreproduzitzeko, antolatze eta sinkronizatzeko programak.

Interneteko segurtasuna: publizitate-erauntsia (spam), informatika-birusak, spyware, phishing.

Biruskontrakoak, suebakiak eta espioikontrakoak.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea.

Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala (zereginen banaketa komenigarriena).

Sortzen diren arazoen aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

4.– Interneteko beste erabiltzaile batzuekiko harremanetan jarraitu beharreko estrategia zehaztea.

Web programak erabiltzea testu-ziberberriketak egiteko.

Berehalako mezularitzako programak erabiltzea.

Harremanetan jartzea Interneteko beste erabiltzaile batzuekin eztabaida- eta iritzi-foroen bitartez.

Soinua bakarrik edo soinua eta irudia erabiltzen duten ahozko komunikazio-sistemak aplikatzea.

Kontaktuak ezartzea gai zehatzei buruz eduki profesionaleko blog tematikoen bitartez.

Komunikazioak, publizitatea eta salmentak egitea Interneteko beste erabiltzaile batzuekin sare sozialen bitartez.

Merkataritzako jardueraren, produktuen eta prozesuen ikus-entzunezko edukiak eta argazkiak sortzea.

Berriketa- edo txat-taldeak: IRC programak eta webchat programak.

Berehalako mezularitzako zerbitzua.

Internet bidezko telefonia.

Bideokonferentzia.

Foroak: foro batean irakurtzea eta idaztea.

Eztabaida-taldeak.

Sare sozialak.

Weblogak, blogak edo bitakorak.

Enpresentzako sare sozialak.

Sare sozial bateko orri bati elementuak gehitzea.

Sare sozial bateko orri batean argazkiak eta ikus-entzunezko elementuak erabiltzea.

Orri bati aplikazio profesionalak gehitzea.

Kanpoko blogak eta RSS.

Talde interesgarri baten bilaketa.

Eragin handiko kontaktuen sare bat sortzea.

Sare sozialetan erosteko eta saltzeko prozesua.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea.

Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala (zereginen banaketa komenigarriena).

Sortzen diren arazoen aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

5.– Web orriak eraikitzea.

Hipertestua markatzeko lengoaian (HTML) gehien erabiltzen diren sententziak idaztea.

Web orriak osatzen dituzten fitxategiak modu errazean sortzeko aukera ematen duten programa komertzialak erabiltzea. Erreferentzia moduan, WordPress erabili ahal izango da orri horiek, blogak eta abar egiteko.

Domeinu propioa edo doako ostatatzea duten web orrien helbidea erregistratzea.

Zeregin horretan espezializatutako programen bidez sortutako web fitxategiak Internet zerbitzaria bidaltzea.

Testuak, irudiak eta soinua txertatzeko programa espezifikoak erabiltzea.

Merkataritza elektronikorako web eraginkor bat eraikitzea.

Eskainitakoan interesatutako eta orientatutako trafikoa sortzeko gai diren esteka interesgarriak sartzea webean.

Web orri baten egitura.

HTML lengoaia.

Web editore ohikoenekin web orriak sortzea.

Web orriak ostatatzeko zerbitzaria hautatzea.

Web orriak FTP bidez argitaratzea.

Bilatzaileetan alta egitea.

Diseinu grafikoko programak eta weberako beste zenbait utilitate.

On line katalogoa.

On line dendaren kuxako fluxuak eta finantzaketa.

Gune beroak eta erabiltzailearen guneak.

On line erosketa-orga.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea.

Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala (zereginen banaketa komenigarriena).

Sortzen diren arazoen aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

6.– Marketin digitaleko planaren diseinua.

Enpresaren merkataritza-helburuak lortzeko aukera emango duen marketin digitaleko plana prestatzea.

On line marketineko eta posizionamenduko prozesuak definitzea.

On line publizitatea eta sustapena egiteko bete behar diren jarraibideak ezartzea.

Bilatzaileen marketina konfiguratzeko duten elementuak identifikatzea.

Marketin elektronikoaren erronkak ebaluatzea: ordainbideekiko konfiantza, arazo logistikoak eta segurtasuna.

Sarearen bitartez bezeroak kudeatzeko eta haien leialtasuna lortzeko beharrezkoak diren zereginak egitea.

Marketin digitalean bezeroekin komunikatzeko eta harremanetan jartzeko joera berriak identifikatzea.

Marketin-ekintzak egitea gailu mugikorren bitartez.

Marketin-plana aurkezpen-programa batekin aurkeztea eta komunikatzea.

Marketin-planari esleitutako helburuak kontrolatzeko egitura bat kalkulu-orrian egitea eta mantentzea.

Marketin digitaleko planaren garapena.

On line bezeroaren portaera.

Webaren on line eta off line sustapena.

Bilatzaileetako posizionamendu-tresnak: posta elektronikoko marketina. SEM, SEO eta antzeko orrietako kanpainak.

Erakartze-politikak: marka bat sortzeko prozesua.

Estatistiken analisia eta emaitzen neurketa.

Afiliazioko marketina.

Marketin erlazionala eta bezeroekiko harremanaren kudeaketa (CRM).

Marketin gurutzatua (cross-marketing).

Marketin birala.

Bana-banako marketina (one-to-one marketing).

Marketin mugikorraren (mobile marketing) aplikazioak eta LTD, besteak beste.

Kalkulu-orria eta aurkezpenak: erabiltzaile mailako utilitate nagusiak.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea.

Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala (zereginen banaketa komenigarriena).

Sortzen diren arazoen aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

7.– Enpresa baten merkataritza elektronikoko politika definitzea.

On line negozio bat sortzeko edo egokitze beharrezkoak diren parametroak ezartzea.

Merkataritza elektronikora zuzendutako erakartze-ekintzak definitzea.

Interneten dauden negozio-ereduak ezagutzea.

Denda birtual baten diseinua egitea.

Hartutako eskaeren kudeaketa eta prozesu logistiko osoa planifikatzea.

Merkataritza elektronikoa alderdi juridikoak eta datuen babesari dagozkionak identifikatzea.

Erabiliko diren ordainbideak ezartzea.

Eragiketen pribatutasuna eta erasoezintasuna bermatuko duten segurtasun-sistemak hautatzea.

Egun dauden mota guztietako negozio elektronikokoak identifikatzea.

Denda birtual baten ideia eta diseinua.

Negoio-eredu digitala: Atari horizontalak, B2B eta B2C, besteak beste.

Domeinua hautatzea eta erregistratzea.

Web erakusleihoa. Katalogo elektronikoa.

On line saldutako salgaien kontrol logistikoa.

Erreklamazioa bezeroen leialtasuna lortzeko tresna gisa.

Erreklamazioaren finantza-garrantzia.

Ordainbide elektronikokoak.

Gogoetaldiak eta ezeztatzeak.

Kriptografia: gako simetrikoa, gako asimetrikoa eta gako bakarreko zifratzea.

Sinadura.

Ziurtagiri digitalak.

Enkriptatzea.

Negozio elektronikoak: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace eta e-auction, besteak beste.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea.

Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala (zereginen banaketa komenigarriena).

Sortzen diren arazoen aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

7. Lanbide-modulua: Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa

Kodea: 0623

Maila: 2.a

Iraupena: 160 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 12

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.— Enpresak sortzeko ekimenei eta aukerei buruzko informazioa biltzen du, jardun-ingurunearen gaineko eragina baloratuta eta balio etikoak gaineratuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) «Kultura ekintzailearen» kontzeptua, eta enpleguaren eta gizarte-ongizatearen sorburu gisa duen garrantzia ebaluatu du.

b) Norberaren ekimenaren, sormenaren, prestakuntzaren eta lankidetzaren garrantzia baloratu du, jarduera ekintzailean arrakasta lortzeko.

c) Enpresaren oinarrizko funtzioak banan-banan deskribatu ditu eta guztiak multzoan aztertu ditu sistema integral baten modura.

d) Enpresaren ingurune orokorraren osagai nagusiak identifikatu ditu: ingurune ekonomikoa, soziala, demografikoa eta kulturala.

e) «Enpresa-kulturaren» eta «irudi korporatiboaren» kontzeptuak, eta horiek enpresa-helburuekin duten lotura ebaluatu ditu.

f) Enpresaren gizarte-erantzukizunaren fenomeno eta enpresa-estrategiaren elementu gisa duen garrantzia ezagutu ditu.

g) Balio etikoak eta sozialak gaineratzen dituzten ohiturak identifikatu ditu.

h) ETE baten bideragarritasun ekonomikoari eta finantzarioari buruzko azterketa egin du.

2.– Enpresaren forma juridikoa ezartzen du, indarrean dagoen araudiarekin bat etorritz.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresen forma juridikoak ebaluatu ditu.

b) Enpresa eratzeko eta abian jartzeko gastuak, forma juridikoen ondorio direnak, kalkulatu ditu, eta, horretarako, indarrean dagoen legeria kontsultatu du.

c) Enpresa bat sortzeko jaso daitezkeen laguntza edo diru-laguntza ofizialei buruzko informazioa lortu du.

d) Azterketa konparatibo bat abiapuntutzat hartuta, forma juridikorik egokiena hautatu du, kostuak, erantzukizuna eta betebeharrak baloratu ondoren.

e) Administrazio eta erakunde eskudunetan lortutako informazioa abiapuntutzat hartuta, enpresa eratzeko egin behar diren izapide juridikoak eta administratiboak zehaztu ditu.

f) Enpresa bat abian jartzeko eskatzen diren administrazio-izapideak, baimenak, lizentziak eta, hala badagokio, lanbide-trebakuntza zehaztu ditu.

g) Enpresaren jardura ekonomikoan aritzearen ondorio diren lan- eta zerga-betebeharrak identifikatu ditu.

h) Sindikatuen, enpresa-batzordeen, langileen ordezkarien, lan-ikuskatzaileen eta dagokien sektorean esku hartzen duten beste gizarte-erakunde batzuen funtzioak aztertu ditu.

i) Kaudimen-gabeziako, porroteko eta ordainketa-etendurako egoerak eta kaudimen-gabeziako kasuetako hartzekodunen konkurtsoko prozedura aztertu ditu, baita enpresaburuaren erantzukizuna ere.

3.– Inbertsioak eta hornidurak finantzatzeko beharrezkoak diren baliabideak lortzeko izapideak antolatzen ditu, eta, horretarako, izan litezkeen finantza-aukerak ebaluatu ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Aktiboak eskuratzeko eta berritzeko laguntza eta diru-laguntza publikoak lortzeko buruzko informazioa ematen duten erakundeak identifikatu ditu.

b) Enpresaren inbertsioak eta gainerako eragiketak finantzatzeko finantza- eta kreditu-tresnarik ohikoenei buruzko informazioa lortu du.

c) Finantza-erakunde batean kreditu bat edo mailegu bat lortzeko exijitzen diren prozedurari, eskakizunei, bermeei eta dokumentazioari buruzko informazioa aztertu du.

d) Ibilgailuak eta beste ibilgetu batzuk erosteko leasing eta renting eragiketetan exijitutako eskakizunak eta bermeak aztertu ditu eta kostuak kalkulatu ditu.

e) «Interes nominalaren» eta «interes efektiboaren» kontzeptuak eta urteko tasa baliokidea (UTB) bereizi ditu, bai inbertsioetan eta bai finantza-tresnetan (maileguak eta kredituak).

f) Mailegu bat amortizatzeko kuotak eta kostuak kalkulatu ditu, amortizazio-sistema erabilienean bidez.

g) Ibilgailuak, makineria eta beste aktibo batzuk erosteko finantza-aukerarik onurazkoena hautatu du, kostu, arrisku eta bermeen arabera.

h) Garraio bereziko eragiketa jakin batzuk egiteko behar diren abalak, fidantzak eta banku-bermeak eskatzeko baldintzak eta prozedura aztertu ditu.

i) Kalkulu-orriak erabili ditu hainbat finantza-eragiketa funtzio egokien bidez aztertzeko.

4.— Ibilgailuak eta beste aktibo batzuk salerosteko eta alokatzeko formalitateak zehazten ditu, eta, horretarako, inbertsioen eta horniduren premiak eta beharrezkoak diren finantza-baliabideak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Ibilgailuen, instalazioen, makineriaren eta beste aktibo batzuen premiak eta enpresetan beharrezkoak diren hornidurak zehaztu ditu.

b) Jardueran aritzeko beharrezkoak diren ibilgailuak, makineria eta ibilgetuak salerostearen edo alokatzearen artean dauden funtsezko desberdintasunak aztertu ditu.

c) Inbertsio-plan baten aldagaiak identifikatu ditu, eta norberaren eta besteren finantzaketa eta epe laburrerako eta epe luzerako inbertsioen berreskurapena bereizi ditu.

d) Horniduren, mantentze-zerbitzuen eta ordezeko piezen beharrak eta hornikuntza-sistemen ondorio diren kostuak zehaztu ditu.

e) Hainbat inbertsio-plan ebaluatu ditu, kostuak eta sarrera-aurreikuspenak abiapuntu hartuta.

f) Lehen eta bigarren eskuko merkatuen eta ibilgailuak eta beste aktibo batzuk alokatzeko enbailak eta eragozpenak aztertu ditu.

g) Harremanetan jarri da, on line eta off line, hainbat hornitzaile potentzialekin, eta jasotako zehaztapenen arabera eskaintzak eta aurrekontuak aurkezteko eskatu die.

h) Ibilgailuak, makineria eta instalazioak erosteko eta berritzeko aukerak ebaluatu ditu, erosketak aurrekontuen eta ordaintzeko baldintzen azterketa konparatiboa abiapuntutzat hartuta.

5.— Produktuen eta egindako zerbitzuen fakturak, ordainagiriak eta haiek kobratzeko eta ordaintzeko dokumentuak egiten ditu, eta, horretarako, fakturatzeko merkataritza- eta zerga-arauak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza- eta zerga-arauak eta produktuen eta/edo zerbitzuen fakturazioa arautzen duten merkataritzako usadioak interpretatu ditu, fakturazio elektronikoa ere barne dela.

b) Garraio-zerbitzuak zergapetzen dituzten zergak eta kasu bakoitzean aplikatzekoak diren karga-tasak identifikatu ditu.

c) Balio Erantsiaren gaineko Zergaren (BEZ) alderdiak eta nazioko eta nazioarteko produktuak eta zerbitzuak fakturatzeko ezarritako betebeharrak interpretatu ditu.

d) Produktuen salmentaren eta zerbitzugintzaren fakturazioa egin du, informatika-aplikazio egoiak erabilita.

e) Dauden ordainbideen eta kobrantza-bideen ezaugarriak, kobratzeko eta negoziatzeko kudeaketaren kostuak eta arriskuak aztertu ditu.

f) Bezeroen ordaingabeak kudeatu ditu, indarrean dagoen araudian aintzat hartutako eskakizunak eta epeak betez.

g) Dibisazko eragiketak ordaintzeko eta kobratzeko baldintzak gainbegiratu ditu.

6.— Enpresaren kontabilitate- eta zerga-prozesua kudeatzen du, eta, horretarako, indarrean dagoen merkataritza- eta zerga-araudia eta Kontabilitate Plan Orokorren printzipioak eta arauak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Balantzearen kontu-sailak bereizi ditu, eta haien erlazio funtzionala aztertu du: aktiboa (fin-koa eta zirkulatzaila), pasiboa (finkoa eta zirkulatzaila) eta ondare garbia.

b) «Inbertsioa», «gastua eta ordainketa», «sarrera eta kobrantza» kontzeptuak bereizi ditu.

c) Egindako eragiketak erregistratu ditu eta emaitza kalkulatu du, Kontabilitate Plan Orokorren printzipio orokorren eta balorazio-arauen arabera.

d) Ibilgailuen eta ibilgetuko gainerako elementuen amortizazioa zehaztu du, indarrean dagoen zerga-araudiaren eta Kontabilitate Plan Orokorren arabera.

e) Urteko kontuak prestatu ditu ETE-entzako Kontabilitate Plan Orokorren arabera.

f) Balio Erantsiaren gaineko Zerga (BEZ) aplikatzearen eta kudeatzearen ondorio diren zerga-betebeharrak identifikatu ditu.

g) Ibilgailuen zirkulazioaren gaineko zerga likidatzeko egin behar diren kudeaketak ezarri ditu, hura erregulatzen duen araudia interpretatuta.

h) Ibilgailu jakin batzuen gaineko zergak eta azpiegitura jakin batzuk erabiltzeagatik ordaindu behar diren tasak, kanonak eta erabilera-eskubideak identifikatu ditu.

i) Mozkinak zergapetzen dituzten zergei dagozkien zerga-betebeharrak zehaztu ditu, enpresa-ren forma juridikoaren arabera: PFEZ eta Sozietateen gaineko Zerga.

j) Kontabilitateko informatika-aplikazio bat erabili ditu.

7.— Kostuak kalkulatu ditu eta inbertsioen errentagarritasuna eta enpresaren kaudimena eta eraginkortasuna zehaztea, erabilgarri dauden datu ekonomikoak eta kontabilitate-informazioa aztertuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Kontabilitate-informazioaren aplikazioak eta utilitateak eta finantzetako egoera-orriak erabili ditu enpresa eraginkortasunez kudeatzeko.

b) Egindako inbertsioen eta norberaren eta besteren finantza-baliabideen arteko beharrezko oreka-erlazioak baloratu ditu, eta oinarritzko finantzaketa eta zirkulatzailaarena bereizi ditu.

c) Inbertsioen errentagarritasuna ebaluatzeko metodo ohikoenak aplikatu ditu: barne-errendimenduaren tasa (BET), balio eguneratu garbia (BEG) eta itzulera tasa.

d) Ibilgetuko elementuen eskuratze-balioa, balio-bizitza, egungo balioa, birjartze-balioa eta hon-dar-balioa kalkulatu ditu.

e) Diruzaintzako fluxuak edo cash-flow eta batez besteko heltze-aroa kalkulatu ditu.

f) Lokagunea edo errentagarritasun-atalasea kalkulatu ditu.

g) Finantzetako egoera-orriak balantzearen eta emaitza-kontuaren bitartez aztertzeako ratio nagusiak eta finantza-adierazleak kalkulatu ditu.

h) Kalkulu-orriak erabili ditu finantza-ratioak zehazteko eta enpresaren errentagarritasuna kalkulatzeko.

B) Edukiak:

1.– Enpresak sortzeko aukerei eta ekimenei buruzko informazioa biltzea.

Kultura ekintzailearen kontzeptua, eta enpleguaren eta gizarte-ongizatearen sorburu gisa duen garrantzia aztertzea.

Norberaren ekimena, sormena, prestakuntza eta lankidetzak baloratzea, jarduera ekintzailean arrakasta lortzeko.

Enpresaren oinarritzko funtzioak identifikatzea eta guztiak multzoan aztertzea sistema integral baten modura.

Enpresaren ingurunearen osagaiak identifikatzea: ingurune ekonomikoa, soziala, demografikoa eta kulturala.

Enpresa-kulturaren eta irudi korporatiboaren kontzeptuak, eta horiek enpresa-helburuekin duten lotura aztertzea.

Enpresaren gizarte-erantzukizunaren fenomenoak eta enpresa-estrategiaren elementu gisa duen garrantzia aztertzea.

Balio etikoak eta sozialak gaineratzen dituzten ohiturak identifikatzea.

ETE baten bideragarritasun ekonomikoari eta finantzarioari buruzko azterketa egitea.

Enpresa-plana: negozioaren ideia.

Ekintzaileen funtsezko faktoreak: ekimena, sormena eta prestakuntza.

Enpresaren oinarritzko funtzioak.

Enpresa sistema gisa.

ETE baten ingurune orokorra eta espezifikoa.

ETEaren eta ingurunearen arteko erlazioak.

ETEaren eta gizartearen arteko erlazioak.

Lan profesionala baloratzea eta jardueraren bilakaera aurkitzeko jakin-mina izatea, kokatuta dagoen prozesu teknologikoaren funtsezko osagai gisa.

Aurkezten dizkiguten ekimenak (edo ekarpenak) positiboki baloratzea.

Ordena eta garbitasuna baloratzea eta lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea, bai prozesuaren faseetan eta bai produktua aurkeztean.

2.– Enpresa baten forma juridikoa ezartzea.

Garraioko eta logistikako enpresen forma juridikoak aztertzea.

Enpresa eratzeko eta abian jartzeko gastuak, forma juridikoen ondorio direnak, kalkulatzeko, eta, horretarako, indarrean dagoen legeria kontsultatzea.

Bidaia-erien garraioko eta salgaien garraioko eta logistikako enpresak sortzeko jaso daitezkeen laguntza edo diru-laguntza ofizialak identifikatzea.

Azterketa konparatibo bat abiapuntutzat hartuta, forma juridikorik egokiena hautatzea, kostuak, erantzukizuna eta betebeharrak juridikoak baloratu ondoren.

Administrazio eta erakunde eskudunetan lortutako informazioa abiapuntutzat hartuta, enpresa eratzeko egin behar diren izapide juridikoak eta administratiboak zehaztea.

Errepideko garraioko enpresa bat abian jartzeko eskatzen diren administrazio-izapideak, baimenak, lizentziak eta, hala badagokio, lanbide-trebakuntza zehaztea.

Garraioaren eta logistikaren esparruko enpresaren jardura ekonomikoan aritzearen ondorio diren lan- eta zerga-betebeharrak identifikatzea.

Sindikatuak, enpresa-batzordeak, langileen ordezkarien, lan-ikuskatzaileen eta garraioaren sektorean esku hartzen duten beste gizarte-erakunde batzuen funtzioak aztertzea.

Kaudimen-gabeziak, porroteko eta ordainketa-etendurako egoerak eta kaudimen-gabeziak kasuetako hartzekodunen konkurtsoko prozedura aztertzea, baita enpresaburuaren erantzukizuna ere.

Enpresa eta enpresaburua.

Enpresa motak.

Banako enpresa. Erantzukizun juridikoa eta betebeharrak formalak.

Sozietate zibilak eta ondasun-erkidegoak.

Merkataritzako sozietatea. Sozietate motak.

Sozietate anonimoa, sozietate mugatua eta bestelakoak.

Lan-sozietateak: anonimoa eta mugatua.

Lan elkartuko kooperatibak eta garraio-kooperatibak.

Garraioaren esparruan eskumenak dituzten organismoak eta erakundeak.

Errepideko garraioko enpresa bat eratzeko eta abian jartzea: eskakizunak, betebeharrak formalak eta egin beharreko tramiteak (lizentziak eta baimenak).

Logistika-zerbitzuetako enpresa bat eratzeko eta abian jartzea.

Errepideko garraioko eta logistikako enpresak eratzeko eta abian jartzeko diru-laguntza ofizialak eta laguntzak.

Garraioko eta logistikako enpresa baten zerga- eta lan-betebeharrak.

Lan profesionala baloratzea eta jardueraren bilakaera aurkitzeko jakin-mina izatea, kokatuta dagoen prozesu teknologikoaren funtsezko osagai gisa.

Aurkezten dizkiguten ekimenak (edo ekarpenak) positiboki baloratzea.

Ordena eta garbitasuna baloratzea eta lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta meto-dikoa izatea, bai prozesuaren faseetan eta bai produktua aurkeztean.

3.– Finantza-baliabideak lortzeko izapideak antolatzea.

Garraioaren eta logistikaren esparruan aktiboak eskuratzeko eta berritzeko laguntza eta diru-laguntza publikoak lortzeari buruzko informazioa ematen duten erakundeak identifikatzea.

Garraioko/logistikako enpresetan inbertsioak eta gainerako eragiketak finantzatzeko finantza-eta kreditu-tresnarik ohikoenak identifikatzea.

Finantza-erakunde batean kreditu bat edo mailegu bat lortzeko exijitzen diren prozedura, eska-kizunak, bermeak eta dokumentazioa aztertzea.

Ibilgailuak eta beste ibilgetu batzuk erosteko leasing eta renting eragiketetan exijitutako eskaki-zunak eta bermeak eta haien kostuak aztertzea.

Interes nominalaren eta interes efektiboaren kontzeptuak eta urteko tasa baliokidea (UTB) bereiztea, bai inbertsioetan eta bai finantza-tresnetan (maileguak eta kredituak).

Mailegu bat amortizatzeko kuotak eta kostuak kalkulatzeko, amortizazio-sistema erabilienean bidez.

Ibilgailuak, makineria eta beste aktibo batzuk erosteko finantza-aukerak ebaluatzea, eta finantza-kostuen, arrisku-mailaren eta finantza-erakundeek exijitutako bermeen arabera enpresarentzat onurazkoena dena hautatzea.

Garraio bereziko eragiketa jakin batzuk egiteko behar diren abalak, fidantzak eta banku-bermeak eskatzeko baldintzak eta prozedura aztertzea.

Kalkulu-orriak erabiltzea, hainbat finantza-eragiketa funtzio egokien bidez kudeatzeko.

Inbertsioa eta finantzaketa: enpresaren egitura ekonomikoa eta finantza-egitura.

Garraioko eta logistikako enpresa baten inbertsio-premiak.

Norberaren eta besteren finantzaketa-iturriak. Barne- zein kanpo-finantzaketa.

Garraioaren eta logistikaren jarduerako diru-laguntza ofizialak eta finantza-laguntzak.

Epe luzerako finantzaketa. Garraioaren eta logistikaren esparruko finantza-produktuak: maile-guak eta jesapenak, leasing eta renting, eta bestelako finantzaketa-moduak.

Epe laburrerako finantzaketa: merkataritza-kredituak eta ordainketa-geroratzeak, banku-kredituak, merkataritzako efektuen negoziazioa eta factoring.

Kalkulu-orria eta bestelako informatika-aplikazioak maneiatzea finantza-kostuak kalkulatzeko eta maileguak eta bestelako finantza-produktuak amortizatzeko.

Aurkezten dizkiguten ekimenak (edo ekarpenak) positiboki baloratzea.

Ordena eta garbitasuna baloratzea eta lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta meto-dikoa izatea, bai prozesuaren faseetan eta bai produktua aurkeztean.

Zeregin bat egiteko ezarritako (aurreikusitako) epeekiko konpromisoa izatea.

Zeregin hauek betetzeko informazioaren eta komunikazioaren teknologiak erabiltzeko eta sar-
tzeke prestasuna izatea eta informazioa zuhurtziaz eta konfidentziasunez maneiatzea.

4.– Ibilgailuak eta beste aktibo batzuk erosteko edo alokatzeko formalitateak zehaztea.

Bidaiarien eta salgaien garraioko eta logistikako enpresetan ibilgailuen, instalazioen, makineria-
ren eta beste aktibo batzuen premiak eta beharrezkoak diren hornidurak zehaztea.

Jardueran aritzeko beharrezkoak diren ibilgailuak, makineria eta ibilgetuak salerostearen edo
alokatzearen artean dauden funtsezko desberdintasunak aztertzea.

Inbertsio-plan baten aldagaiak identifikatzea, eta norberaren eta besteren finantzaketa eta epe
laburrerako eta epe luzerako inbertsioen berreskurapena bereiztea.

Erregai-horniduraren, ibilgailuen mantentze-zerbitzuen eta ordezeko piezen beharrak eta horni-
kuntza-sistemen ondorio diren kostuak zehaztea.

Inbertsio-planak ebaluatzea, kostuak eta sarrera-aurreikuspenak abiapuntu hartuta, eta BEG
eta BET kalkulatzeko, komenigarriena hautatzeko.

Lehen eta bigarren eskuko merkatuen eta ibilgailuak alokatzekoen abantailak eta eragozpenak
aztertzea, enpresaren beharrak estaltzeko.

Harremanetan jartzea, on line eta off line, hainbat hornitzaile potentzialekin, eta jasotako zehaz-
tapenen araberrako eskaintzak eta aurrekontuak aurkezteko eskatzea.

Ibilgailuak, makineria eta instalazioak erosteko eta berritzeko aukerak ebaluatzea, erosketa-
aurrekontuen eta ordaintzeko baldintzen azterketa konparatiboa abiapuntutzat hartuta.

Ekipamendu- eta inbertsio-premiak zehaztea.

Errepideko garraioko enpresa batean ibilgailuen eta horniduren erosketak eta alokatzeak kudea-
tzea, zerbitzu mota eta haren ahalmena eta egin beharreko ibilbideak kontuan hartuta.

Inbertsioak aztertzea eta hautatzea. Ibilgailuak eta beste ibilgetu batzuk erosteko edo aloka-
tzeke erabakia.

Hornitzaileak bilatzea eta eskaintzak eta aurrekontuak eskatzea.

Erosteko eta alokatzeko aurrekontuak eta baldintzak: kantitatea, kalitatea, prezioak, deskon-
tuak, entrega-epeak, zergak, ordaintzeko baldintzak eta finantzaketa.

Ibilgailuak eta beste ekipamendu batzuk erosteari eta alokatzeari buruzko dokumentuak egitea,
informatika-tresna egokiak erabilia: kontratuak egitea eta eskaerak formulatzea.

Hornitzaileen datu-baseak sortzea eta mantentzea: hornitzaileen fitxategi maisua, altak eta
bajak, datuak sartzea eta eguneratzea.

Erosketak kudeatzeko informatika-aplikazio bat erabiltzea.

Ordena eta garbitasuna baloratzea eta lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta meto-
dikoa izatea, bai prozesuaren faseetan eta bai produktua aurkeztean.

Informazio garrantzitsua, konparagarria eta inguruabar aldakorretara etengabe egokitzen ari
dena bilatzea, eta erabilitako iturriak eta bideak kritikoki baloratzea.

5.– Kobrantzen eta ordainketen dokumentuak, fakturak eta ordainagiriak egitea.

Merkataritza- eta zerga-arauak eta garraioko eta logistikako zerbitzuen fakturazioa arautzen duten merkataritzako usadioak interpretatzea.

Faktura elektronikoak igortzeko eta hartzeko eskakizunak eta araudia interpretatzea, eta fakturazio elektronikoak ekartzen dituen abantailak eta onurak aztertzea.

Bidaiarien garraioko eta salgaien garraioko eta logistikako zerbitzuak zergapetzen dituzten zergak eta kasu bakoitzean aplikatzekoak diren karga-tasak identifikatzea.

Garraioari eta logistikari aplikatzekoak diren Balio Erantsiaren gaineko Zergaren (BEZ) alderdiak eta nazioarteko zerbitzuak (erkidego barrukoak eta erkidegoaz kanpokoak) fakturatzeko ezarritako betebeharrak interpretatzea.

Garraioko eta logistikako eragiketak fakturatzea, informatika-aplikazio egokiak erabilia.

Dauden ordainbideen eta kobrantza-bideen ezaugarriak, kobratzeko eta negoziatzeko kudeaketaren kostuak eta arriskuak aztertzea: txekak, banku-transferentziak, ordainagiri normalizatuak, kanbio-letrak eta zor-agiriak.

Bezeroen ordaingabeak kudeatzea, indarrean dagoen araudian aintzat hartutako eskakizunak eta epeak betez.

Dibisazko eragiketak ordaintzeko eta kobratzeko baldintzak gainbegiratzea, finkatutako baldintzen, kanbio-tasaren, komisioen eta hitzartutako dokumentazioaren arabera.

Aurrekontuak lantzea.

Zerbitzuen fakturazioa eta fakturen sortzapena: ezaugarriak eta lege-eskakizunak, ereduak eta faktura motak, fakturak betetzea eta igortzea.

Fakturak merkataritza- eta zerga-araudiaren arabera kontserbatzea eta erregistratzea.

Garraioko eta logistikako eragiketen fiskalitatea: Balio Erantsiaren gaineko Zerga (BEZ) eta errepideko garraioari buruzko beste zerga batzuk.

Erkidego barruko eragiketak: Ezaugarriak eta zerbitzuen fakturazioa.

Ordaintzeko eta kobratzeko bideak eta dokumentuak: txekea, banku-transferentzia, ordainagiri normalizatua, kanbio-letra eta zor-agiria, besteak beste.

Bezeroen datu-baseak sortzea eta mantentzea: bezeroen fitxategi maisua, altak eta bajak, datuak sartzeta eta eguneratzea.

Fakturazioko informatika-aplikazio bat maneiatzea.

Kalitate-irizpideak aplikatzeko interesa izatea eta ongi egindako lana positiboki baloratzea, aurreikusitako zereginak eraginkortasunez betez.

Talde-lanean parte hartzea eta hartarako prestasuna izatea, eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

6.– Enpresetan kontabilitate- eta zerga-prozesua kudeatzea.

Balantzearen kontu-sailak bereiztea, eta haien erlazio funtzionala aztertzea: aktiboa (finkoa eta zirkulatzailea), pasiboa (finkoa eta zirkulatzailea) eta ondare garbia.

Inbertsioa, gastua eta ordainketa, sarrera eta kobrantza kontzeptuak bereiztea, egindako eragiketak erregistratzea eta emaitza kalkulatzeko, Kontabilitate Plan Orokorren printzipio orokorren eta balorazio-arauen arabera.

Ibilgailuen eta ibilgetuko gainerako elementuen amortizazioa zehaztea, indarrean dagoen zerga-araudiaren eta Kontabilitate Plan Orokorren arabera.

Urteko kontuak ETE-entzako Kontabilitate Plan Orokorren arabera prestatzea, emaitza-kontuaren kontu-sail nagusiak bereizita, eta kontu horren saldoaren esanahia interpretatzea (zerga aurreko eta ondorengo mozkinak).

Balio Erantsiaren gaineko Zerga (BEZ) aplikatzearen eta kudeatzearen ondorio diren zerga-betebeharrak identifikatzea, eta zergaren hiru hilez behingo eta urteko autolikidaziorako beharrezkoa den dokumentazioa egitea.

Ibilgailuen zirkulazioaren gaineko zerga likidatzeko egin behar diren kudeaketak ezartzea, hura erregulatzen duen araudia interpretatuta.

Ibilgailu jakin batzuen gaineko zergak eta azpiegitura jakin batzuk erabiltzeagatik ordaindu beharreko tasak, kanonak eta erabilera-eskubideak identifikatzea.

Mozkinak zergapetzen dituzten zergei dagozkien zerga-betebeharrak zehaztea, enpresaren forma juridikoaren arabera: PFEZ eta Sozietateen gaineko Zerga.

Kontabilitateko informatika-aplikazio bat erabiltzea.

Enpresaren kontabilitate-betebeharrak. Merkataritza- eta zerga-araudia.

Enpresaren ondarea: aktiboa, pasiboa eta ondare garbia.

Kontuak. Terminologia eta egitura eta motak.

Kontabilitate-liburuak eta erregistro-liburuak.

ETE-entzako Kontabilitate Plan Orokorra.

Kontabilitate-zikloa. Kontabilitate-idatzoharrak, amortizazioak eta doikuntzak, emaitzaren kalkulua eta ekitaldiaren itxiera.

Urteko kontuak: galdu-irabazien kontua, egoera-balantzea, ondare garbian izandako aldaketen egoera-orria eta memoria.

Ekitaldiko emaitza.

Pertsona Fisikoen Errentaren gaineko Zerga (PFEZ).

Sozietateen gaineko Zerga.

Balio Erantsiaren gaineko Zerga.

Ibilgailuen zirkulazioaren gaineko zerga.

Ibilgailu jakin batzuen gaineko zergak, bidesariak, tasak eta azpiegitura jakin batzuk erabiltzeagatik ordaindu beharreko kanonak.

Finantza-kontabilitateko informatika-aplikazio bat maneiatzea kontabilitate-erregistrorako eta urteko kontuak prestatzeko.

Kalitate-irizpideak aplikatzeko interesa izatea eta ongi egindako lana positiboki baloratzea, aurreikusitako zereginak eraginkortasunez betez.

Talde-lanean parte hartzea eta hartarako prestasuna izatea, eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

7.– Inbertsioen errentagarritasuna zehaztea.

Kontabilitate-informazioaren aplikazioak eta utilitateak eta finantzetako egoera-orriak aztertzea, enpresa eraginkortasunez kudeatzeko.

Egindako inbertsioen eta norberaren eta besteren finantza-baliabideen arteko beharrezko oreka-erlazioak baloratzea, eta oinarritzko finantzaketa eta zirkulatzailarena bereiztea.

Inbertsioen errentagarritasuna ebaluatzeko metodo ohikoenak aplikatzea: barne-errendimendua-ren tasa (BET), balio eguneratu garbia (BEG) eta itzulera tasa.

Ibilgailu-flota ebaluatzea eta eskuratze-balioa, balio-bizitza, egungo balioa, birjartze-balioa eta hondar-balioa ebaluatzea.

Diruzaintzako fluxuak edo cash-flow eta batez besteko heltze-aroa edo inbertitutako dirua berreskuratzeko behar den denbora zehaztea.

Lokagunea edo errentagarritasun-atalasea kalkulatzeko.

Finantzetako egoera-orriak balantzearen eta emaitza-kontuaren bitartez aztertzea eta ratio nagusiak eta finantza-adierazleak kalkulatzeko.

Kalkulu-orriak erabiltzea finantza-ratioak zehazteko eta enpresaren errentagarritasuna kalkulatzeko.

Enpresa-kudeaketari aplikatzekoa den enpresaren kontabilitate-informazioa eta ekonomiko-finantzarioa interpretatzeko.

Lokagunea edo errentagarritasun-atalasea.

Inbertsioen ebaluazioa eta errentagarritasunaren kalkulua.

Batez besteko heltze-aroa.

Emaitzak aztertzea eta interpretatzeko.

Enpresaren finantzetako egoera-orriak aztertzea.

Finantza-ratio nagusiak.

Analisi ekonomikoa. Errentagarritasuneko eta eraginkortasuneko ratioak.

Kalkulu-orria eta beste informatika-aplikazio batzuk erabiltzea ratioak kalkulatzeko eta enpresaren analisi ekonomiko eta finantzarioa egiteko.

Aurkezten dizkiguten ekimenak (edo ekarpenak) positiboki baloratzea.

Ordena eta garbitasuna baloratzea eta lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea, bai prozesuaren faseetan eta bai produktua aurkeztean.

8. Lanbide-modulua: Biltegitratzeko logistika

Kodea: 0625

Maila: 2.a

Iraupena: 100 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 7

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Biltegitratzeari buruzko araudi espezifikoa zerrendatzen du, eta salgai bereziak kontratatze eta tratatzeko arauak ezagutzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Biltegitratzeko eta banatzeko jarduerak araupetzen dituzten arauak aztertu ditu.

b) Gordailu-kontratua betetzean araudia aplikatu du.

c) Produktuen biltegitratzeari buruzko nazioko eta nazioarteko arauak ezaugarritu ditu.

d) Honako alderdi hauen ezaugarriak aztertu ditu: aduanako gordetegia, zona eta gordetegi frankoa eta lokal baimendua, besteak beste.

e) Biltegi batean egin behar diren formalitateak eta izapideak definitu ditu.

f) Biltegian nazioarte-mailan homologa daitezkeen kalitate-sistemak planifikatu ditu.

2.– Biltegitratze-prozesua jarduera motaren eta salgai-bolumenaren arabera antolatzen du, eta, horretarako, espazioak eta manipulazio-denborak optimizatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Biltegitratze-sistemen baldintzak eta modalitateak hainbat aldagaien arabera aztertu ditu.

b) Biltegitratze-prozesu logistikoaren azpiprosesuak sekuentziatu ditu.

c) Biltegiaren oinplanoko diseinua egin du, egin behar diren eragiketen eta mugimenduen arabera: administrazioa, harrera, bidalketa, biltegitratzea, prestakuntza, picking, korridoreak eta cross-docking, besteak beste.

d) Mantentzeko tresneria, bitartekoak eta erremintak hautatu ditu, biltegiaren eta biltegitratutako salgaien ezaugarrien arabera, irizpide ekonomikoak, kalitatekoak eta zerbitzuari dagozkionak aplikatuta.

e) Biltegitratze-espazioak optimizatzeko metodoak eta teknikak aplikatu ditu.

f) Salgaiak lokalizatzeko eta manipulatzeko denborak laburtzeko metodoak erabili ditu.

g) Biltegiko salgaiak ontziratze eta enbalatzeko hainbat sistema modular hautatu dira.

h) Biltegian arriskuak prebenitzeko prozedurak zehaztu ditu.

3.– Biltegiaren aurrekontua prestatu eta kontrolatzen du, eta, horretarako, kostuen esleipenetik datozen desbideratzeak identifikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Biltegi-zerbitzuaren gutxi gorabeherako aurrekontu bat egiteko kontuan hartu beharreko kontu-sailak eta kontzeptuak zehaztu ditu.
- b) Biltegiaren funtzionamendu-kostua aldian behin kalkulatu du.
- c) Adierazle edo estandar ekonomiko optimoak identifikatu ditu: orduko kostua eta zerbitzuko kostua, besteak beste.
- d) Biltegi-kostuak kalkulatu ditu, presaren, entrega-epeen, salgaien prestakuntzaren, co-packing-aren eta paletizazioaren arabera, besteak beste.
- e) Aurreikusitako kostuen gaineko desbideratzeak aztertu ditu, haien zergatikoa eta jatorria identifikatu du, eta neurri zuzentzaileak proposatu ditu enpresak ezarritako prozeduraren arabera.
- f) Biltegiko gastuen aurrekontua prestatu du, jardueraren kostuak eta ezarritako zerbitzu-maila kontuan harturik, kalkulu-orri informatikoak erabilia.
- g) Biltegiaren funtzionamendu-kostuak aldian behin kalkulatu ditu, kalkulu-orri informatikoak erabilia.

4.– Biltegiko stockak kudeatzen ditu, eta haien hornikuntza eta bidalketa ziurtatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Dauden inbentario motak eta horietariko bakoitzaren helburua sailkatu dira.
- b) Batez besteko stockaren, stock minimoaren eta stock optimoaren kontzeptuak aplikatu ditu, eta haien kalkuluan esku hartzen duten aldagaiak eta izakinen txandakatze-abiadura identifikatu ditu.
- c) Biltegiko izakinen beharrezko unitateak aurreikusi ditu, stock-hausturak saihesteko.
- d) Biltegiko izakinak baloratu ditu hainbat metodo erabilia.
- e) Biltegiko izakinak kontrolatu ditu, eta inbentarioko desbideratzeak identifikatzeko eta neurri zuzentzaileak planteatzeko ezarritako arauak eta prozedura gainbegiratu ditu.
- f) Bezeroek egindako salgaien eskaerei erantzuteko eta haiek bidaltzeko beharrezkoak diren zereginak egin ditu.
- g) Produktuen (EAN kodea), hornitzaileen, bezeroen eta zerbitzuen altak, bajak eta aldaketak informatika-tresnen bidez erregistratu ditu.
- h) Informatika-aplikazio orokorrak erabili ditu stockak kudeatzeko, eta aplikazio espezifikoak materialak identifikatzeko, eskaerak kudeatzeko, erauzteko eta biltegiko irteerak erregistratzeko.

5.– Alderantzizko logistikari lotutako eragiketak kudeatzen ditu, eta, horretarako, itzultitako salgaiari eman behar zaien tratamendua zehazten du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Alderantzizko logistikarekin zerikusia duten jarduerak itzultze-politikaren edo bezeroekin erdietsitako akordioen arabera aztertu ditu.

b) Itzulitako salgaiekin egin behar diren ekintzak aurreikusi ditu: konpontzea, birziklatzea, eza-batzea edo bigarren mailako merkatuetan berrerabiltzea.

c) Itzulitako salgaiak zaharkitzea eta/edo kutsatzea saihesteko beharrezkoak diren neurriak definitu ditu.

d) Indarrean dauden osasun- eta ingurumen-araudiak aplikatu ditu.

e) Itzultzeko ontziak salgai berria entregatzearekin batera biltzeko lanak diseinatu ditu, indarrean dagoen araudia aplikatuta.

f) Karga-unitateak eta -tresneria kate logistikoaren beste eragiketa batzuetan berrerabiltzeko sailkatu ditu, hutsean garraiatzea saihesteko.

g) Ontzi eta enbalaje motak zehaztapenei, gomendioei eta indarreko araudiari jarraituz berrera-biltzeko sailkatu ditu.

6.– Biltegian egindako prozesuak gainbegiratzen ditu, eta zerbitzuaren kalitatea hobetzeko sistemak eta langileak prestatzeko/birziklatzeko planak ezartzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Biltegian kalitate-sistema bat ezartzeko beharrezkoak diren elementuak aztertu ditu, enpresaren eta bezeroen jarraibideak betez.

b) Prozesuak eta biltegitratze-sistemak etengabe hobetzeko kalitate- eta segurtasun-sistemak ezartzea aurreikusi du.

c) Biltegiko prozesuak eta protokoloak betetzea baloratu du, enpresaren kalitate-plana edo eskuliburua abiapuntutzat hartuta.

d) Salgaiaren ezarpena eta irrati-maiztasuneko sistemen edo bestelako berrikuntza teknologikoen bidezko jarraipena baloratu du.

e) Salgaien trazabilitatea ziurtatzeko eta hari buruzko araudia betearazteko beharrezkoak diren elementuak ikertu ditu, biltegiak kudeatzeko sistemak erabilia.

f) Biltegi-zerbitzuaren eraginkortasuna eta kalitatea hobetzeko ereduak prestakuntza-plan baten helburuak finkatu ditu.

g) Hasierako eta etengabeko prestakuntzaren bakarkako zein talde osoko premiak hauteman ditu.

h) Zereginak kudeatzeko programak eta kronogramak erabili ditu zereginak, denborak eta langileak kontrolatzeko, eta laneko arriskuen prebentzioari buruzko arauak bete ditu.

B) Edukiak:

1.– Biltegitratzeari buruzko araudi espezifikoaren zerrendatzea.

Biltegitratzeko eta banatzeko jarduerak araupetzen dituzten arauak aztertzea.

Gordailu-kontratua erregulatzen duen araudia identifikatzea.

Produktuen biltegitratzeari buruzko nazioko eta nazioarteko arauak aplikatzea.

Honako alderdi hauen ezaugarriak aztertzea: aduanako gordetegia, zona eta gordetegi frankoa eta lokal baimendua, besteak beste.

Biltegi batean egin beharreko formalitateak eta izapideak identifikatzea.

Biltegian nazioarte-mailan homologa daitezkeen kalitate-sistemak ezartzea.

Gordailu-kontratuaren eta biltegitratzeko eta banatzeko jardueraren lege-esparrua.

Salgai berezietarako araudi espezifikoa: salgai arriskutsuak eta galkorrak, besteak beste.

Nazioarteko merkataritzako biltegitratze-erregimenak.

Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

2.– Biltegiko prozesua antolatzea.

Biltegitratze-sistemen baldintzak eta motak baloratzea, honako hauen arabera: produktuak, bezeroak, produkzioaren plangintza edo salgaien helmuga, besteak beste.

Prozesu logistikoa hainbat azpiprozesutan egituratzea: salgaiak hartzea, biltegitratzea, birjartzea, berriz kokatzea eta bidaltzea.

Biltegiko eremuak egin beharreko eragiketen eta mugimenduen arabera banatzea: administrazioa, harrera, bidalketa, biltegitratzea, prestakuntza, picking, korridoreak eta cross-docking, besteak beste.

Mantentzeko tresneria, bitartekoak eta erremintak hautatzea, biltegiaren eta biltegitratutako salgaien ezaugarrien arabera, irizpide ekonomikoak, kalitatekoak eta zerbitzuari dagozkionak aplikatuta.

Biltegitratze-espazioak optimizatzeko metodoak eta teknikak aplikatzea.

Salgaiak lokalizatzeko eta manipulatzeko denborak laburtzeko metodoak erabiltzea.

Biltegiko salgaiak ontziratze eta enbalatzeko hainbat sistema modular hautatzea.

Biltegian arriskuak prebenitzeko prozedurak zehaztea.

Fabrikazioko, banaketako eta zerbitzuetako enpresetan biltegiak antolatzea.

Biltegi motak. Biltegitratze-sistema motak aztertzea: abantailak eta eragozpenak.

Sistema modularrak. Karga-unitateak: paleta eta edukiontziak.

Salgaien jarraipena egiteko sistemak: irrati-maiztasuneko terminalak, kodifikazioa eta barra-kodeen irakurgailuak, besteak beste. Terminal eramangarriak eta ahotsa ezagutzeko sistemak.

Biltegian jarduerak eta salgai-fluxuak antolatzea: administrazioa, harrera, biltegitratzea, mugimenduak eta eskaeren prestakuntza eta banaketa. Cross-docking.

Enbalajea kudeatzea.

Biltegietako segurtasun- eta higiene-araudia. Instalazioak: orokorrak eta espezifikoak.

Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

3.– Biltegiaren aurrekontua osatzea eta kontrolatzea.

Biltegi-zerbitzuaren gutxi gorabeherako aurrekontu bat egiteko kontuan hartu beharreko kontu-sailak eta kontzeptuak zehaztea.

Biltegiaren funtzionamendu-kostuak aldiari behin kalkulatzeko honako hauek kontuan hartuta: administrazio-kostuak, espazioak erabiltzekoak, operatiboak, zaharkitzapenekoak eta narriadura-koak, finantzarioak eta bestelakoak.

Adierazle edo estandar ekonomiko optimoak identifikatzea: orduko kostua eta zerbitzuko kostua, besteak beste.

Biltegi-kostuak kalkulatzeko, presaren, entrega-epeen, salgaien prestakuntzaren, co-packing-aren eta paletizazioaren arabera, besteak beste.

Aurreikusitako kostuen gaineko desbideratzeak aztertzea, haien zergatikoa eta jatorria identifikatu du, eta neurri zuzentzaileak proposatu ditu enpresak ezarritako prozeduraren arabera.

Biltegiko gastuen aurrekontua prestatzea, jardueraren kostuak eta ezarritako zerbitzu-maila kontuan harturik, kalkulu-orri informatikoak erabilita.

Biltegiaren funtzionamendu-kostuak aldiari behin kalkulatzeko, kalkulu-orri informatikoak erabilita.

Biltegi-zerbitzu-kostuak: haien kalkuluan esku hartzen duten aldagaiak.

Erosterako kostua.

Biltegi-zerbitzuko unitateko kostua.

Kalkulu-orria datuak prozesatzeko tresna gisa.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

4.– Biltegiko stockak kudeatzea.

Dauden inbentario motak eta horietariko bakoitzaren helburua sailkatzea.

Batez besteko stockaren, stock minimoaren eta stock optimoaren kontzeptuak aplikatzea, eta haien kalkuluan esku hartzen duten aldagaiak eta izakinen txandakatze-abiadura identifikatzea.

Biltegiko izakinen beharrezko unitateak aurreikustea, stock-hausturak saihesteko.

Biltegiko izakinak baloratzea hainbat metodo erabilita.

Biltegiko izakinak kontrolatzea, eta inbentarioko desbideratzeak identifikatzeko eta neurri zuzentzaileak planteatzeko ezarritako arauak eta prozedura gainbegiratu ditu.

Bezeroek egindako salgaien eskaerei erantzuteko eta haiek bidaltzeko beharrezkoak diren zereginak egitea.

Produktuen (EAN kodea), hornitzaileen, bezeroen eta zerbitzuen altak, bajak eta aldaketak informatika-tresnen bidez erregistratzea.

Informatika-aplikazio orokorrak erabiltzea stockak kudeatzeko, eta aplikazio espezifikoak materialak identifikatzeko, eskaerak kudeatzeko, erauzteko eta biltegiko irteerak erregistratzeko.

Stocken kudeaketa.

Kontrol ekonomikoa. Gorabeheren kontrola.

Bezeroen eskaeraren zikloa.

Biltegiko izakinak baloratzeko irizpideak.

Biltegiaren alderdi guztiak integratuko dituen softwarea, besteak beste, honakoak erabiliz: testu-prozesadorea, kalkulu-orria, datu-basea eta kronogramak.

Biltegiak eta izakinak kudeatzeko programa espezifikoak: kaien kudeaketa, biltegien kudeaketa, hornikuntzen kudeaketa, izakinen kudeaketa eta etiketak egitea, besteak beste.

Erosketak/biltegia/salmentak kudeatzeko programak: artikuluen kudeaketa, biltegiaren kudeaketa, fabrikazioaren kudeaketa eta salmenten kudeaketa, besteak beste.

Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

5.– Alderantzizko logistikari lotutako eragiketak kudeatzea.

Alderantzizko logistikarekin zerikusia duten jarduerak itzultze-politikaren edo bezeroekin erdie-tsitako akordioen arabera aztertzea.

Itzulitako salgaiekin egin beharreko ekintzak aurreikustea: konpontzea, birziklatzea, ezabatzea edo bigarren mailako merkatuetan berrerabiltzea.

Itzulitako salgaiak zaharkitzea eta kutsatzea saihesteko beharrezkoak diren neurriak definitzea.

Indarrean dauden osasun- eta ingurumen-araudiak aplikatzea.

Itzultzeko ontziak salgai berria entregatzearekin batera biltzeko lanak diseinatzea, indarrean dagoen araudia aplikatuta.

Karga-unitateak eta -tresneria kate logistikoaren beste eragiketa batzuetan berrerabiltzeko sailkatzea, hutsean garraiatzea saihesteko.

Ontzi eta enbalaje motak zehaztapenei, gomendioei eta indarreko araudiari jarraituz berrerabiltzeko sailkatzea.

Itzultzeak.

Itzultzeen ondoriozko kostuak.

Karga-unitateak eta tresneria berrerabiltzea.

Berriz erabiltzeko enbalajeak eta edukiontziak.

Biltegiatze-zeregina enpresako funtsezko atal gisa baloratzea.

Biltegia kudeatzeko teknika berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

Jarrera positiboa eta emaitzak modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

6.– Biltegian egindako prozesuak gainbegiratzea.

Biltegian kalitate-sistema bat ezartzeko beharrezkoak diren elementuak aztertzea, enpresaren eta bezeroen jarraibideak betez.

Prozesuak eta biltegiatze-sistemak etengabe hobetzeko kalitate- eta segurtasun-sistemak ezartzea aurreikustea.

Biltegiko prozesuak eta protokoloak betetzea baloratzea, enpresaren kalitate-plana edo eskuliburua abiapuntutzat hartuta.

Salgaiaren ezarpena eta irati-maiztasuneko sistemen edo bestelako berrikuntza teknologikoen bidezko jarraipena baloratzea.

Salgaien trazabilitatea ziurtatzeko eta hari buruzko araudia betearazteko beharrezkoak diren elementuak ikertzea, biltegiak kudeatzeko sistemak erabilia.

Biltegi-zerbitzuaren eraginkortasuna eta kalitatea hobetzeko ereduazko prestakuntza-plan baten helburuak finkatzea.

Hasierako eta etengabeko prestakuntzaren bakarkako zein talde osoko premiak hautematea.

Zereginak kudeatzeko programak eta kronogramak erabiltzea zereginak, denborak eta langileak kontrolatzeko, eta laneko arriskuen prebentzioari buruzko arauak betetzea.

Biltegiko kalitate-sistemak.

Pertsonentzako eta salgaientzako segurtasun-sistemen aplikazioa.

Biltegiko lan-taldearen hasierako eta etengabeko prestakuntza planak: helburuak eta prestakuntza-metodoak.

Prestakuntza-planen ebaluazioa.

Biltegiko prozesuak edo azpiprozesuak automatizatzeari eta informatizatzeari aplikatutako teknologia berriak.

Biltegiatze-zeregina enpresako funtsezko atal gisa baloratzea.

Biltegia kudeatzeko teknika berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

9. Lanbide-modulua: Hornitzeko logistika

Kodea: 0626

Maila: 2.a

Iraupena: 80 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 6

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Produkzioko/banaketako programak gauzatzeko beharrezkoak diren materialak eta epeak zehazten ditu, definitutako planei jarraiki.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Produkzio-prozesuak ezaugarritu ditu, prozesuaren iraupena, gama eta produktuak kontuan hartuta.

b) Eskariaren aurreikuspena produkzioarekin/banaketarekin, stocken kudeaketarekin eta biltegiaren erabilgarri dagoen inbentarioarekin erlazionatu du.

c) Produkzioko/hornidurako kate baten hornikuntza kudeatzeko hainbat ikusmolde ebaluatu ditu.

d) Produkzioko/banaketako prozesua fluxu-eskemen bidez irudikatu du, salgaien eta informazioaren fluxuak bereizita.

e) Produkzioko/banaketako zentroen produkzio-ahalmenak eta fase/jarduera bakoitzaren denborak zehaztu ditu.

f) Produkzioa eta banaketa planifikatzeko ereduen teknikak aplikatu ditu.

g) Produkzioko/hornidurako katean izan litezkeen itoguneak identifikatu ditu.

h) Hornikuntza-fasearen puntu kritikoak eta izan litzaketen konponbideak ezarri ditu.

2.– Hornikuntza-programak egiten ditu, eta, horretarako, produkzioko/banaketako prozesuen helburuetara, epeetara eta kalitate-irizpideetara egokitzen da.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Hornikuntza-programa bat osatzen duten faseak sekuentziatu ditu.

b) Hornikuntza-programaren kostua kalkulatu du.

c) Enpresaren beharretara egokituko den eskaera eta entregean programa definitu du.

d) Eragiketen fluxu-diagramak egin ditu, entrega-premien eta unitate / biltegi / produkzio-zentro / saltoki bakoitzaren ahalmenaren arabera.

e) Hornikuntzen eta bitarteko elaborazioen kantitateak eta datak planifikatu ditu.

f) Hornikuntza eraginkortasunez egitea eta ezarritako epeak betetzea ahalbidetuko duen egutegia egin du.

g) Informazioa kudeatzeko eta kalkuluak egiteko informatika-programak erabili ditu.

3.— Stockak kudeatzeko metodoak aplikatzen ditu, eta, horretarako, salgaien eta materialen eskakizunen aurreikuspenak egiten ditu produkzioko/hornikuntzako sistemetan.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Stocken kudeaketa enpresaren hornikuntza-sistema logistikoan integratzearen ondorio ekonomikoak ebaluatu ditu.

b) Kudeaketa- eta kontrol-prozedurak izakin mota bakoitzarekin erlazionatu ditu.

c) Biltegirotutako produktuak hainbat metodoren bidez sailkatu ditu.

d) Balorazioan, inbentario-kontrollean eta stocken hausturan izandako gorabeherak ebaluatu ditu.

e) Biltegiko izakin-bolumenaren estimazioak kalkulatu ditu, stocken hausturak eta bolumen anormalak saihesteko.

f) Biltegiko stocka optimizatzen duen eskaera-puntua eta eskaera-lotea, urteko eskaera kopurua eta batez besteko biltegirotze-aldia zehaztu ditu.

g) Stockaren haustura-probabilitate baterako segurtasun-stocka eta haren kostua kalkulatu du.

h) Eskari asegabearen kostuak ebaluatu ditu.

4.— Hornitzaileen hautaketa, jarraipena eta ebaluazioa egiten du, eta, horretarako, prozesuaren eta hornikuntza-programaren kontrol-, segurtasun- eta kalitate-mekanismoak aplikatu ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Hornitzaileen eskaintzak hautatzeko funtsezko irizpideak definitu ditu eta baldintza-agiria ezarri du.

b) Hautatzeko irizpideen baremo bat ezarri du kontuan hartutako aldagai bakoitzaren pisu espezifikoaren arabera, hornitzaileak sailkatu ditu eta kontuan hartutako eskaintzei lehentasuna eman die.

c) Hornitzaile potentzialak on line eta off line bilatu ditu.

d) Eskaintako produktuen kalitatea, entrega-epeak eta prezioak aztertu ditu.

e) Hornitzailearen eskueran dauden baliabideak ebaluatu ditu: baliabide teknikoak, langileei dagozkienak eta finantzarioak, besteak beste.

f) Eskaintako baldintzak gutxi gorabehera bete diren aztertu du.

g) Nazioko eta nazioarteko hornitzaileentzako murrizketa logistikoak aztertu ditu.

h) Hornitzaileak ebaluatzeko txostenak idatzi ditu, informatika-aplikazioak erabilita.

5.— Hornikuntza negoziatzeko baldintzak zehazten ditu, eta, horretarako, hornitzaileekin komunikatzeko eta negoziatzeko teknikak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Negoziazio-prozesuaren faseak identifikatu ditu.

- b) Komunikazio- eta negoziazio-teknikak aplikatu ditu.
- c) Ondasunen eta zerbitzuen salerosketa-kontratu motak bereizi ditu.
- d) Hornidura-kontratu bat konfiguratzeko duten elementu pertsonalak eta errealak identifikatu ditu.
- e) Salerosketa-kontratuak erregulatzen dituen merkataritza-araudia aplikatu du.
- f) Hornidura-kontratuaren klausulak ezarri ditu, baita haiek hornikuntzarako dituzten inplikazioak ezarri ere.
- g) Testu-tratamenduko informatika-aplikazioak erabili ditu kontratua idazteko.

6.– Hornitzaileekiko informazioa kontrolatzeari, erregistratzeari eta trukatzeari buruzko dokumentazioa egiten du, eta, horretarako, kalitate-prozedurei jarraitzen die eta informatika-aplikazioak erabiltzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Hornitzaile bati egindako eskaerek jarraitu beharreko kontrol-prozesua ezarri du.
- b) Anomaliak konpontzeko hartu behar diren neurri posibleak definitu ditu.
- c) Hornikuntza-prozesuan sortutako datuak biltzeko eta tratatzeko sistema definitu du.
- d) Hornikuntza-prozesua erregistratzeko eta kontrolatzeko barne-dokumentuak bete ditu.
- e) Hornitzaileekin informazioa trukatzeko erabiltzen diren mota guztietako dokumentuak bete ditu.
- f) Erabiliko den informazio mota zehaztu du, baita hura gero egoki prozesatzeko beharrezkoak diren propietateak ere.
- g) Datu-fitxategiak zentralizatuko dituzten datu-baseak edo bestelako informatika-aplikazioak erabili ditu, hornikuntza-prozesuan sortutako dokumentazioa erregistratzeko eta gordetzeko.
- h) Erregistroak ezabatzearen edo eguneratzearen aurrean, datuen kudeaketaren fidagarritasuna eta osotasuna bermatuko duten mekanismoak ezarri ditu.

B) Edukiak:

1.– Behar diren materialak zehaztea.

Produkzio-prozesuen ezaugarriak aztertzea, prozesuaren iraupena, gama eta produktuak kontuan hartuta.

Eskariaren aurreikuspenaren, produkzioaren/banaketaren, stocken kudeaketaren eta biltegian erabilgarri dagoen inbentarioaren artean dauden erlazioak aplikatzea.

Produkzioko/hornidurako kate baten hornikuntza kudeatzeko ikusmoldeak (JIT, Kanban eta beste batzuk), haien helburuak eta enpresa batean eta haren hornitzaileetan ezartzeko baldintzak ebaluatzea.

Industria-enpresen edo merkaturatze-enpresen produkzio-prozesuei PERT diagrama bat aplikatzea eta bide kritikoa eta haren iraupena adieraztea.

Produkzioko/banaketako prozesua fluxu-eskemen bidez irudikatzea, salgaien eta informazioaren fluxuak bereizita.

Produkzioko/banaketako zentro baten produkzio-ahalmenak eta fase/jarduera bakoitzaren denborak zehaztea.

Produkzioa eta banaketa planifikatzeko ereduak aplikatzea. MRP (Material Requirement Planning) eta DRP (Distribution Requirement Planning).

Produkzioko/hornidurako katean izan litezkeen itoguneak identifikatzea.

Hornikuntzan malgutasuna eta erreakzio-epeak ezartzea, birjartze-epeak, segurtasun-maila, eskaera-puntua eta lote optimoa zehazteko.

Hornikuntza-politikak.

Logistika.

Enpresaren funtzioen eta hornikuntzaren arteko erlazioak.

Eskari-aurreikuspena eta salmenta-plana.

Produkzio-plana eta materialena.

Produkzioaren eta banaketaren antolamendua.

Produkzioko/banaketako prozesuen ezaugarriak.

Produkzioaren programazioa.

Lotekako produkzioa.

Produktuaren egitura.

Material-premien plangintza. MRP (Material Requirement Planning).

Banaketa-premien plangintza. DRP (Distribution Requirement Planning).

Hornikuntzaren kudeaketako ikusmoldeak (JIT, Kanban eta beste batzuk).

Proiektuen programazioa eta kontrola.

Proiektuak kontrolatzeko metodoak: PERT, CPM eta GANTT.

Ezaugarriak.

Jardueren definizioa.

PERT grafoaren eraikuntza.

Denboren, lasaieren eta itoguneen kalkulua.

Baliabideak gauzatzeko eta nibelatzeko egutegia.

Hornikuntza-zeregina enpresako funtsezko atal gisa baloratzea.

Hornikuntza kudeatzeko teknika berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

Jarrera positiboa eta emaitzak modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

2.– Hornikuntza-programak egitea.

Hornikuntza-programa bat osatzen duten faseak aztertzea.

Hornikuntza-programa bat konfiguratzeko duten parametro nagusiak aplikatzea.

Hornikuntza-programaren kostua kalkulatzeko.

Enpresaren beharretara egokituko den eskaera eta entregeko programa definitzea.

Eragiketaren fluxu-diagramak egitea, entrega-premien eta unitate / biltegi / produkzio-zentro / saltoki bakoitzaren ahalmenaren arabera.

Hornikuntzen eta bitarteko elaborazioen kantitateak eta datak planifikatzea.

Hornikuntza eraginkortasunez egitea eta ezarritako epeak betetzea ahalbidetuko duen egutegia egitea.

Informazioa kudeatzeko eta kalkuluak egiteko informatika-programak erabiltzea.

Hornikuntza-beharretan eragina duten aldagaiak:

- Eskari-aurreikuspena.

- Eskari-bolumena.

- Prezioa.

- Hornikuntza epea.

- Ordainketa-epea.

Etengabeko eta aldian behingo hornikuntza.

Premien aurreikuspena:

- Helburuak.

- Premien programa.

- Erosketa-plana.

- Eskaeren programazioa.

Hornikuntza planifikatzeko informatika-aplikazioak.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

3.– Stockak kudeatzeko metodoak aplikatzea.

Stocken kudeaketa enpresaren hornikuntza-sistema logistikoan integratzearen ondorio ekonomikoak ebaluatzea.

Izakin mota bakoitzaren ondorio diren kudeaketa- eta kontrol-prozedurak deskribatzea.

ABC metodoaren bidez biltegi-ratutako produktuak sailkatzea.

Stocken parametroak aplikatzea.

Balorazioan, inbentario-kontrolean eta stocken hausturan izandako gorabeherak ebaluatzea.

Biltegiko izakin-bolumenaren estimazioak kalkulatzeko, stocken hausturak eta bolumen anormalak saihesteko.

Biltegiko stocka optimizatzen duen eskaera-puntua eta eskaera-lotea, urteko eskaera kopurua eta batez besteko biltegitratze-aldia zehaztea.

Stockaren haustura-probabilitate baterako segurtasun-stocka eta haren kostua kalkulatzeko.

Eskari asegabearen kostuak ebaluatzea.

Hornikuntza-funtzioaren helburuak:

- Erosketen tipologia.
- Hornikuntza-zikloa.
- Hornikuntzaren administrazio-prozesua.

Stocken kudeaketa:

- Inbentarioen kudeaketa.
- Inbentarioa izateko arrazoiak.
- Inbentario motak.
- Kudeaketa-kostua.
- Inbentario-kostua.
- Eskaera-kostua.
- Kudeaketaren eraginkortasun-neurriak. Inbentarioaren hausturaren kostuak.
- Inbentarioen ABCa.
- Inbentarioak kudeatzeko metodoak. Produkzioko inbentarioa eta banaketako inbentarioa.
- Kalkulu-orria: sortzea, formulak, grafikoak, zerrendak eta iragazkiak, orri-konbinazioa, makroak, eta abar.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusi.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

4.– Hornitzaileen hautaketa, jarraipena eta ebaluazioa egitea.

Hornitzaileen eskaintzak hautatzeko funtsezko irizpideak definitzea eta baldintza-agiria ezartzea.

Hornitzaile potentzialak on line eta off line bilatzea.

Eskaintako produktuen kalitatea, entrega-epeak eta prezioak aztertzea.

Hornitzaileak eskueran dituen baliabideak ebaluatzea: baliabide teknikoak, langileei dagozkienak eta finantzarioak, besteak beste.

Eskainitako baldintzak gutxi gorabehera bete diren aztertzea.

Hornitzaileak hautatzeko irizpideak zehaztea eta arrisku-faktoreak identifikatzea.

Hautatzeko irizpideen baremo bat ezartzea kontuan hartutako aldagai bakoitzaren pisu espezifikoaren arabera, hornitzaileak sailkatzea eta kontuan hartutako eskaintzei lehentasuna ematea.

Nazioko eta nazioarteko hornitzaileentzako murrizketa logistikoak aztertzea.

Hornitzaileak ebaluatzeko txostena idaztea, informatika-aplikazioak erabilita.

Hornitzaileen homologazioa. Prozesua.

Hornitzaile potentzialak eta aktiboak.

Hornitzaileak ebaluatzeko irizpideak.

Hornitzaileen ebaluazioa. Osagaiak.

Arriskuaren kudeaketa. Kontingentzien aurreikuspena:

- Hornidurako kontingentziak.

- Kalitateko kontingentziak.

- Prezioko kontingentziak.

Horniduren nazioarteko merkatua:

- Hornidurarako arrazoi nagusiak.

- Hornidurako arrisku nagusiak.

Beste erosketa mota batzuk:

- Erosketa elektronikoa.

- Enkanteak.

Kanpora ateratzea eta azpikontratatzeta.

Edukien dinamikak berak ekartzen dizkigun aldaketen aurrean erantzukizuna, malgutasuna eta tolerantzia izatea eta haietara egokitzea.

Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

5.– Hornikuntzaren baldintzen negoziazioa zehaztea.

Negoizazio-prozesuaren faseak identifikatzea.

Komunikazio- eta negoziazio-teknikak aplikatzea.

Ondasunen eta zerbitzuen salerosketa-kontratu motak bereiztea.

Hornidura-kontratu bat konfiguratzen duten elementu pertsonalak eta errealak identifikatzea.

Salerosketa-kontratuak erregulatzen dituen merkataritza-araudia aplikatzea.

Hornidura-kontratuaren klausulak aztertzea.

Kontratuan klausula jakin batzuk izateak edo falta izateak hornikuntzarako dituen inplikazioak aztertzea.

Kontratua idaztea, eta, horretarako, informazioa klausula-multzoaren barruan egituratzea eta merkataritzako terminologia erabiltzea.

Testu-tratamenduko informatika-aplikazio bat erabiltzea kontratua idazteko.

Erosketen negoziazioa: Prozesua.

Negoizazioaren prestakuntza.

Negoizazioaren puntu kritikoak.

Negoizazio-teknikak.

Hornitzaile/bezero harremana.

Salerosketako/hornidurako kontratua.

Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

6.– Hornitzaileekiko informazioa kontrolatzeari, erregistratzeari eta trukatzeari buruzko dokumentazioa egitea.

Hornitzaile bati egindako eskaerek jarraitu beharreko kontrol-prozesua ezartzea.

Anomaliak konpontzeko hartu beharreko neurri posibleak definitzea.

Hornikuntza-prozesuan sortutako datuak biltzeko eta tratatzeko sistema definitzea.

Informazioaren fluxu-diagrama bat egitea.

Hornikuntza-prozesua erregistratzeko eta kontrolatzeko barne-dokumentuetan agertu behar duten alderdiak betetzea.

Hornitzaileekin informazioa trukatzeko erabiltzen diren mota guztietako dokumentuak betetzea.

Erabiliko den informazio mota zehaztea, baita hura gero egoki prozesatzeko beharrezkoak diren propietateak ere.

Datu-fitxategiak zentralizatuko dituzten datu-baseak edo bestelako informatika-aplikazioak era-biltzea hornikuntza-prozesuan sortutako dokumentazioa erregistratzeko eta gordetzeko.

Erregistroak ezabatzearen edo eguneratzearen aurrean, datuen kudeaketaren fidagarritasuna eta osotasuna bermatuko duten mekanismoak ezartzea.

Dokumentazioaren fluxu-diagrama.

Hornikuntza-kontratuaren klausulak betetzen direla egiaztatzea.

Eskaerako/entregako aginduak.

Eskaeren harrera, identifikazioa eta egiaztapena.

Eskaeraren jarraipena.

Hornitzaileak kudeatzeko eta haien jarraipena egiteko informatika-aplikazioak.

Datu-baseak.

Hornitzaileen erregistroa eta balorazioa.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

10. Lanbide-modulua: Merkataritza-ikerketa

Kodea: 1010

Maila: 1.a

Iraupena: 132 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 8

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Merkatuaren aldagaiak eta enpresaren edo antolakundearen ingurunearenak aztertzen ditu, eta enpresaren jardueran eta merkataritza-estrategia bakoitzaren aplikazioan duten eragina baloratzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza-sistemaren aldagaiak identifikatu ditu, enpresak kontrola ditzakeenak eta kontrolatu ezin dituenak, merkataritza-estrategiak definitzeko eta aplikatzeko kontuan hartu behar direnak.

b) Mikroingurunearen faktore nagusiek antolakundearen merkataritza-jardueran dituzten ondorioak aztertu ditu.

c) Makroingurunearen aldagai nagusiek enpresaren edo antolakundearen merkataritza-jardueran duten inpaktua aztertu du.

d) Merkatuen jarduera arautzen duten edo bertan eragina duten antolakunde eta erakunde ekonomiko nagusiak identifikatu ditu.

e) Kontsumitzailearen beharrak aztertu ditu, eta haiek asetzeko hierarkiaren edo lehentasun-ordenaren arabera sailkatu ditu.

f) Kontsumitzailearen erosketa-prozesuaren faseak eta prozesu horretan eragina duten barneko eta kanpoko aldagaiak aztertu ditu.

g) Merkatuak segmentatzeko metodo nagusiak aplikatu ditu, hainbat irizpide erabilita.

h) Hainbat merkataritza-estrategia mota definitu ditu, merkatuaren segmentazioa aplikatuta.

2.— Enpresaren informazio-premietara egokitutako marketineko informazio-sistema (MIS) bat konfiguratu du, eta, horretarako, informazio-iturriak, prozedurak eta datuak antolatzeke teknikak definitzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresaren informazio-premiak zehaztu ditu marketineko erabakiak hartzeko.

b) Informazioa haren izaeraren, datuen jatorriaren eta horien erabilgarritasunaren arabera sailkatu du.

c) Marketineko informazio-sistema bat osatzen duten azpisistemak ezaugarritu ditu, eta horietariko bakoitzaren funtzioak eta helburuak aztertu ditu.

d) Marketineko informazio-sistema batek prozesatu eta antolatzen dituen datuak identifikatu ditu.

e) Marketineko informazio-sistema batek izan behar dituen egokitasun-ezaugarriak, tamaina, xedea eta helburuak aztertu ditu, enpresaren edo antolakundearen informazio-premien arabera.

f) Datuak haien jatorri den informazio-iturriaren arabera sailkatu ditu.

g) Datuak tratatzeko, aztertzeke eta antolatzeke estatistika-teknikak aplikatu ditu, enpresaren edo antolakundearen erabakiak hartzeko informazio erabilgarria bihurtzeko.

h) Informatika-tresnak erabili ditu informazioa tratatzeko, erregistratzeko eta enpresaren datu-basean sartzeko, etengabe eguneratuta egon dadin, arin eta bizkor erabili eta kontsultatu ahal izateko.

3.— Merkataritza-ikerketako plana lantzen du, eta, horretarako, azterketaren helburuak eta xedea, informazio-iturriak, eta datuak lortzeko, tratatzeko eta aztertzeke aplikatu daitezkeen metodoak eta teknikak definitzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza-ikerketako azterketa bat egiteke premia ezarri du.

b) Merkataritza-ikerketako prozesu baten faseak identifikatu ditu.

c) Enpresan agertzen den eta ikertu nahi den arazoa edo aukera identifikatu eta definitu du.

d) Egin behar den ikerketaren helburua ezarri du, eta informazio-premia, ikerketarako erabilgarri dagoen denbora eta ikerketaren emaitzak erabiliko dituen pertsona edo haien zertarakoa zehaztu ditu.

e) Ikerketaren helburu orokorrak eta espezifikoak argi eta zehatz formulatu ditu, eta ikertu behar diren gaiak edo kontrastatutako diren hipotesiak izango balira bezala adierazi ditu.

f) Egin behar den diseinua edo ikerketa mota zehaztu du, dela esploratzekoa, deskriptiboa edo kausala, lortu nahi diren helburuen arabera.

g) Ikerketa-plana landu du, eta, horretarako, egin behar den azterketa mota, lortu behar den informazioa, datuen iturriak, informazioa lortzeko tresnak, datuak analizatzeko teknikak eta beharrezkoa den aurrekontua ezarri ditu.

h) Ikerketarako beharrezkoa den informazioa eman dezaketen lehen eta bigarren mailako informazio-iturriak identifikatu ditu, barnekoak eta kanpokoak, fidagarritasunari, adierazgarritasunari eta kostuari dagozkion irizpideak kontuan hartuta.

4.– Erabilgarri dagoen bigarren mailako informazioa antolatzen du, ikerketa-planean ezarritako zehaztapen eta irizpideen arabera, eta ikerketaren helbururako behar adina datu dagoen baloratzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

a) On line eta off line informazio-iturrietako, merkatuen informazio-sistemetako eta barneko zein kanpoko datu-baseetako datuak hautatu ditu, merkataritza-ikerketako planean ezarritako irizpideen, epeen eta aurrekontuaren arabera.

b) Bigarren mailako iturrietatik lortutako datuen fidagarritasuna eta adierazgarritasuna ziurtatzeko eta definitutako kalitate-, gaurkotasun- eta segurtasun-estandarrak betetzen ez dituztenak baztertzeko kontrol-prozedurak ezarri ditu.

c) Bigarren mailako iturrietatik lortutako informazioa sailkatu eta antolatu du, eta ordenatuta aurkeztu du, ikerketan, landa-lanaren diseinuan edo datuen analisiko geroztiko fasean erabiltzeko.

d) Erabilgarri dagoen informazioa analizatu du, bai kuantitatiboki, ikerketa garatzeko nahikoa ote den zehazteko, eta bai kualitatiboki, baliagarritasuneko, fidagarritasuneko eta adierazgarritasuneko irizpideak aplikatuta, aztergairako egokia ote den ebaluatzeko.

e) Lortutako informazioa lehen mailako informazioarekin osatzeko premiak hauteman ditu, eta, horretarako, ikerketa-planean planteatutako helburuen gogobetetze-maila bigarren mailako iturrietatik lortutako informazioarekin konparatu du.

f) Informazioa, emaitzak eta lortutako ondorioak ezarritako prozedurak erabilia prozesatu eta artxibatu ditu, gero berreskuratu eta kontsultatzeko, haien osotasuna bermatzeko eta etengabe eguneratu ahal izateko.

5.– Lehen mailako informazioa lortzen du ikerketa-planean ezarritako zehaztapen eta irizpideen arabera, eta, eginkizun horretan, ikerketa kualitatiboko eta kuantitatiboko prozedurak eta teknikak aplikatzen ditu datuak lortzeko.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza- eta iritzi-azterketetan lehen mailako informazioa lortzeko teknikak eta prozedurak identifikatu ditu, merkataritza-ikerketako planean ezarritako irizpideen arabera.

b) Lehen mailako iturrietatik informazioa biltzeko metodoen fidagarritasuna eta kostu/mozkin erlazioa balioesteko funtsezko parametroak definitu ditu.

c) Sakoneko elkarrizketen, talde-dinamikaren, teknika proiektiboen, sormen-tekniken eta behaketaren bidez informazio kualitatiboa lortzeko beharrezkoak diren tresnak zehaztu ditu, eta haien egitura eta edukia definitu du.

d) Lehen mailako datuak lortzeko ad hoc inkesta motak bereizi ditu, eta, horretarako, inkesta pertsonalaren, posta bidezkoaren, telefono bidezkoaren edo Internet bidezkoaren abantailak eta eragozpenak aztertu ditu.

e) Inkesta pertsonaletan, telefono-inkestetan edo web bidezkoetan informatika-baliabideak (CAPI, MCAPI, CATI eta CAWI) erabiltzearen abantailak deskribatu ditu.

f) Datuak biltzeko prozedura eta teknika egokiena hautatu du, ikerketa-helburu, denbora eta aurrekontu jakin batzuk abiapuntu hartuta.

g) Informazioa lortzeko beharrezkoak diren galdetegiak eta elkarrizketaren edo inkestaren gida jasotako argibideen arabera diseinatu ditu, eta galderen idazkera, ulergarritasuna eta koherentzia, galdetegiaren luze-laburra eta inkestaren iraupena egiaztatu ditu, informatika-aplikazio egokiak erabilita.

h) Panelak lehen mailako informazio kuantitatiboa biltzeko tresna gisa deskribatu ditu, eta hainbat panel mota aztertu ditu: kontsumitzaileen panelak, xehekarien panelak eta entzuleriaren panelak.

6.— Ikerketaren xede den populazioaren laginaren ezaugarriak eta tamaina zehazten ditu, eta laginketa-teknikak aplikatzen ditu hura hautatzeko.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza-azterketa batean laginaren tamaina kalkulatzeko eragina duten aldagaiak identifikatu ditu.

b) Merkataritza-ikerketa batean populazioaren lagin adierazgarri bat hautatzeko aplikatu daitezkeen laginketa-metodoak eta teknikak (probabilistikoa eta ez-probabilistikoa) ezaugarritu ditu, eta horien abantailak eta eragozpenak aztertu ditu.

c) Laginketa probabilistikoaren eta ez-probabilistikoaren teknikak konparatzeko aztertu ditu, eta haien abantailak eta eragozpenak adierazi ditu.

d) Ausazko laginketa bakuna garatzeko prozesua deskribatu du, eta haren abantailak eta berekin dakartzan mugak aztertu ditu.

e) Laginketa-prozesua deskribatu du, laginketa probabilistikoaren teknikak aplikatu ditu (sistematikoa, geruzatua, arlokako laginketa edo konglomeratu-laginketa, etapa anitzekoa eta ausazko bidekoa), eta haien abantailak eta eragozpenak aztertu ditu.

f) Laginketa-prozesua aztertu du, eta laginketa ez-probabilistikoaren hainbat teknika aplikatu ditu: komenentziazkoa, iritzizkoa, kuotazkoa eta elur-pilotazko laginketa.

g) Laginaren tamaina optimoa kalkulatu du, eta haren ezaugarriak eta osatzen duten elementuak eta lagina lortzeko aplikatu daitezkeen prozedura zehaztu ditu.

7.— Lortutako datuen tratamendua eta analisisa egiten du, eta ondorioak jasotzen dituzten txostenak egiten ditu, estatistika-analisiko teknikak eta informatika-tresnak aplikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza-ikerketan lortutako datuak kodetu, tabulatu eta grafikoki irudikatu ditu, jasotako zehaztapenen arabera.

b) Zentrako joeraren eta datuen barreiaduraren estatistika-neurri adierazgarrienak eta banaketaren forma irudikatzen duten neurriak kalkulatu ditu.

c) Inferentzia estatistikoaren teknikak aplikatu ditu laginean lortutako emaitzak populazio osoari estrapolatzeko, konfiantza-maila jakin batekin eta laginaren errore-maila jakin bat onartuta.

d) Konfiantza-tarteak eta laginketa-erroreak zehaztu ditu.

e) Kalkulu-orriak erabili ditu datuak analizatzeko eta estatistika-neurriak kalkulatzeko.

f) Garrantzizko ondorioak atera ditu egindako merkataritza-ikerketan lortutako informazioaren analisia abiapuntu hartuta.

g) Ikerketan lortutako datuak aurkeztu ditu, estatistika-taulen moduan behar bezala antolatuta eta irudikapen grafikorik egokienez hornituta.

h) Estatistika-analisian lortutako emaitzekin eta ikerketaren ondorioekin txostenak egin ditu, informatika-tresnak erabilia.

i) Ikerketaren emaitzak eta datuak datu-base batean sartu ditu, informazioa bizkor eta zehatz sartzeko, berreskuratzeko eta aurkezteko formaturik egokienean.

8.– Datu-base erlazionalak ikerketaren helburuen arabera kudeatzen ditu, eta, eginkizun horretan, informazioa bizkor eta zehatz sartzeko, berreskuratzeko eta aurkezteko formaturik egokiak zehazten ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Datu-base bat osatzen duten elementuak, haien ezaugarriak eta merkataritza-ikerketari aplikatu dakizkikeen utilitateak identifikatu ditu.

b) Datu-base erlazional bat diseinatu du merkataritza-ikerketaren helburuen arabera.

c) Datu-base batean erabilgarri dauden kontsulta motak identifikatu ditu, eta horietariko bakoitzaren funtzionaltasuna aztertu du.

d) Datu-bilaketa aurreratuak eta hainbat motatako informazio-kontsulta gidatuak egin ditu.

e) Datu-baseak kudeatzeko informatika-aplikazio baten utilitateak maneiatu ditu informazioa kontsultatzeko, prozesatzeko, editatzeko eta artxibatzeko, eta informazioaren segurtasuna, osotasuna eta konfidentzialtasuna mantentzeko.

f) Informazioa aurkezteko hainbat formatu diseinatu ditu, erabilgarri dauden tresnak erabilia.

g) Aurkeztu behar diren datuak identifikatu ditu, eta datu horiek dauzkaten fitxategiak zehaztu ditu edo eduki behar dituzketenak sortu ditu.

h) Beharrezkoak diren txostenak edo etiketak sortu ditu, eta eskatutako informazioa ordenatuta eta sintetikoki aurkeztu du, haren funtzionaltasunerako formatu egokietan.

i) Datuak sartzeko beharrezkoak diren inprimakiak sortu ditu, modu pertsonalizatuan edo sorrera automatizatuko tresnak erabilia.

B) Edukiak:

1.– Enpresaren ingurunean merkatuaren aldagaiak aztertzea.

Merkataritza-sistemaren aldagaiak identifikatzea, enpresak kontrola ditzakeenak eta kontrolatu ezin dituenak, merkataritza-estrategiak definitzeko eta aplikatzeko kontuan hartu behar direnak.

Mikroingurunearen faktore nagusiek antolakundearen merkataritza-jardueran dituzten ondorioak aztertzea.

Makroingurunearen aldagai nagusiek enpresaren edo antolakundearen merkataritza-jardueran duten inpaktua aztertzea.

Merkatuen jarduera arautzen duten edo bertan eragina duten antolakunde eta erakunde ekonomiko nagusiak identifikatzea.

Kontsumitzailearen beharrak aztertzea, eta haiek asetzeko hierarkiaren edo lehentasun-ordenaren arabera sailkatzea.

Kontsumitzailearen erosketa-prozesuaren faseak eta prozesu horretan eragina duten barneko eta kanpoko aldagaiak aztertzea.

Merkatuak segmentatzeko metodo nagusiak aplikatzea, hainbat irizpide erabilita.

Hainbat merkataritza-estrategia mota definitzea, merkatuaren segmentazioa aplikatuta.

Merkataritza-sistema. Aldagai kontrolagarriak eta kontrolaezinak.

Aldagai kontrolaezinak: merkatua eta ingurunea.

Merkatua: egitura eta mugak. Merkaten sailkapena hainbat irizpideren arabera.

Makroingurune elementuen azterketa: ekonomikoa, soziokulturala, demografikoa, teknologikoa, ingurumenari dagokiona, politikoa eta legala.

Mikroingurune faktoreen azterketa: lehia, banatzaileak, hornitzaileak eta erakundeak.

Kontsumitzailearen portaeraren azterketa. Kontsumitzaile motak.

Kontsumitzailearen beharrak. Behar motak eta haien hierarkia.

Azken kontsumitzailearen erosteko prozesuaren azterketa. Faseak eta aldagaiak.

Kontsumitzaile industrialaren erosteko prozesuaren azterketa. Faseak eta aldagaiak.

Merkatuen segmentazioa: xedea, eskakizunak eta segmentazio-irizpideak.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Ohikoak ez diren baliabideekin konfiantzaz eta beharrezko neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea.

Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

2.– Marketineko informazio-sistema (MIS) bat konfiguratzea.

Enpresaren informazio-premiak zehaztea marketineko erabakiak hartzeko.

Informazioa haren izaeraren, datuen jatorriaren eta horien erabilgarritasunaren arabera sailkatzea.

Marketineko informazio-sistema bat osatzen duten azpisistemak ezaugarritzea, eta horietariko bakoitzaren funtzioak eta helburuak aztertzea.

Marketineko informazio-sistema batek prozesatu eta antolatzen dituen datuak identifikatzea.

Marketineko informazio-sistema batek izan behar dituen egokitasun-ezaugarriak, tamaina, xedea eta helburuak aztertzea, enpresaren edo antolakundearen informazio-premien arabera.

Datuak haien jatorri den informazio-iturriaren arabera sailkatzea.

Datuak tratatzeko, aztertzeko eta antolatzeko estatistika-teknikak aplikatzea, enpresaren edo antolakundearen erabakiak hartzeko informazio erabilgarria bihur daitezen.

Informatika-tresnak erabiltzea informazioa tratatzeko, erregistratzeko eta enpresaren datu-basean sartzeko, etengabe eguneratuta egon dadin, arin eta bizkor erabili eta kontsultatu ahal izateko.

Marketineko erabakiak hartzeko informazio-premia.

Informazio motak. Izaeraren, jatorriaren eta erabilgarritasunaren arabera.

Marketineko informazio-sistema (MIS). Kontzeptua eta helburua.

Marketineko informazio-sistemaren egitura. Hura osatzen duten azpisistemak.

Merkataritza-ikerketa. Kontzeptua eta helburua.

Merkataritza-ikerketaren aplikazioak.

Merkataritza-ikerketaren alderdi etikoak. ICC/ESOMAR kodea.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Ohikoak ez diren baliabideekin konfiantzaz eta beharrezko neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea.

Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

3.– Merkataritza-ikerketako planaren lanketa.

Merkataritza-ikerketako azterketa bat egiteko premiari buruzko gogoeta egitea.

Merkataritza-ikerketako prozesu baten faseak identifikatzea.

Enpresan agertzen den eta ikertu nahi den arazoa edo aukera identifikatzea eta definitzea.

Egin behar den ikerketaren helburua ezartzea, eta informazio-premia, ikerketarako erabilgarri dagoen denbora eta ikerketaren emaitzak erabiliko dituen pertsona edo haien zertarakoa zehaztea.

Ikerketaren helburu orokorrak eta espezifikoak argi eta zehatz formulatzea, eta ikertu behar diren gaiak edo kontrastatuko diren hipotesiak izango balira bezala adieraztea.

Egin behar den diseinua edo ikerketa mota zehaztea, dela esploratzekoa, deskriptiboa edo kausala, lortu nahi diren helburuen arabera.

Ikerketa-plana lantzea, eta, horretarako, egin behar den azterketa mota, lortu behar den informazioa, datuen iturriak, informazioa lortzeko tresnak, datuak analizatzeko teknikak eta beharrezkoa den aurrekontua ezartzea.

Ikerketarako beharrezkoa den informazioa eman dezaketen lehen eta bigarren mailako informazio-iturriak identifikatzea, barnekoak eta kanpokoak, fidagarritasunari, adierazgarritasunari eta kostuari dagozkion irizpideak kontuan hartuta.

Merkataritza-ikerketaren prozesu metodologikoa. Prozesuaren faseak.

Ikertu behar den arazoa identifikatzea eta definitzea.

Ikerketaren helburua edo xedea definitzea.

Ikerketaren helburuen zehaztapena. Ikertu behar diren gaiak edo kontrastatu behar diren hipotesiak.

Merkataritza-ikerketako planaren ikerketaren diseinua eta lanketa.

Ikerketa-diseinu motak: esploratzekoak, deskriptiboak eta esperimentalak.

Merkataritza-azterketa baten aurrekontua.

Informazio-iturriak: barnekoak eta kanpokoak, lehen mailakoak eta bigarren mailakoak.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Ohikoak ez diren baliabideekin konfiantzaz eta beharrezko neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea.

Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

4.— Erabilgarri dagoen bigarren mailako informazioa antolatzea.

On line eta off line informazio-iturrietako, merkatuen informazio-sistemetako eta barneko zein kanpoko datu-baseetako datuak hautatzea, merkataritza-ikerketako planean ezarritako irizpideen, epeen eta aurrekontuaren arabera.

Bigarren mailako iturrietatik lortutako datuen fidagarritasuna eta adierazgarritasuna ziurtatzeko eta definitutako kalitate-, gaurkotasun- eta segurtasun-estandarrak betetzen ez dituztenak baztertzeko kontrol-prozedurak ezartzea.

Bigarren mailako iturrietatik lortutako informazioa sailkatzea eta antolatzea, eta ordenatuta aurkeztea, ikerketan, landa-lanaren diseinuan edo datuen analisisiko geroztiko fasean erabiltzeko.

Erabilgarri dagoen informazioa analizatzea, bai kuantitatiboki, ikerketa garatzeko nahikoa ote den zehazteko, eta bai kualitatiboki, baliagarritasuneko, fidagarritasuneko eta adierazgarritasuneko irizpideak aplikatuta, aztergairako egokia ote den ebaluatzeko.

Lortutako informazioa lehen mailako informazioarekin osatzeko premiak hautematea, eta, horretarako, ikerketa-planean planteatutako helburuen gogobetetze-maila bigarren mailako iturrietatik lortutako informazioarekin konparatzea.

Informazioa, emaitzak eta lortutako ondorioak ezarritako prozedurak erabilia prozesatzea eta artxibatzea, gero berreskuratu eta kontsultatzeko, haien osotasuna bermatzeko eta etengabe eguneratu ahal izateko.

Bigarren mailako informazioa lortzeko metodoak eta teknikak.

Bigarren mailako informazioaren iturriak hautatzeko irizpideak eta bilaketa-tresnak.

On line eta off line informazio-iturrietako eta barneko eta kanpoko datu-baseetako datuak lortzea.

Lortutako datuen antolamendua.

Informazioaren analisi kuantitatiboa eta kualitatiboa.

Datuen aurkezpena.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Ohikoak ez diren baliabideekin konfiantzaz eta beharrezko neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea.

Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

5.– Lehen mailako informazioa lortzea.

Merkataritza- eta iritzi-azterketetan lehen mailako informazioa lortzeko teknikak eta prozedurak identifikatzea, merkataritza-ikerketako planean ezarritako irizpideen arabera.

Lehen mailako iturrietatik informazioa biltzeko metodoen fidagarritasuna eta kostu/mozkin erlazioa balioesteko funtsezko parametroak definitzea.

Sakoneko elkarriketen, talde-dinamikaren, teknika proiektiboen, sormen-tekniken eta behaketaren bidez informazio kualitatiboa lortzeko beharrezkoak diren tresnak zehaztea, eta haien egitura eta edukia definitzea.

Lehen mailako datuak lortzeko ad hoc inkesta motak bereiztea, eta, horretarako, inkesta pertsonalaren, posta bidezkoaren, telefono bidezkoaren edo Internet bidezkoaren abantailak eta eragozpenak aztertzea.

Inkesta pertsonaletan, telefono-inkestetan edo web bidezkoetan informatika-baliabideak (CAPI, MCAP, CATI eta CAWI) erabiltzearen abantailak deskribatzea.

Datuak biltzeko prozedura eta teknika egokiena hautatzea, ikerketa-helburu, denbora eta aurrekontu jakin batzuk abiapuntu hartuta.

Informazioa lortzeko beharrezkoak diren galdetegiak eta elkarriketaren edo inkestaren gida jasotako argibideen arabera diseinatzea, eta galderen idazkera, ulergarritasuna eta koherentzia, galdetegiaren luze-laburra eta inkestaren iraupena egiaztatzea, informatika-aplikazio egokiak erabilia.

Panelak lehen mailako informazio kuantitatiboa biltzeko tresna gisa deskribatzea, eta hainbat panel mota aztertzea: kontsumitzaileen panelak, xehekarien panelak eta entzuleriaren panelak.

Lehen mailako iturrietatik informazioa biltzeko teknikak.

Ikerketa kualitatiboko teknikak: sakoneko elkarrizketak, talde fokalak (focus group), teknika proiektiboak, sormen-teknikak eta behaketa.

Ikerketa kuantitatiboko teknikak: inkestak, panelak, behaketa eta esperimentazioa.

Merkataritza-ikerketari aplikatutako informazioaren eta komunikazioaren teknologiak: CAPI, MCAPI, CATI eta CAWI.

Galdetegia: Hura diseinatzeko metodologia.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Ohikoak ez diren baliabideekin konfiantzaz eta beharrezko neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea.

Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

6.– Populazioaren laginaren ezaugarriak eta tamaina zehaztea.

Merkataritza-azterketa batean laginaren tamaina kalkulatzeko eragina duten aldagaiak identifikatzea.

Merkataritza-ikerketa batean populazioaren lagin adierazgarri bat hautatzeko aplikatu daitezkeen laginketa-metodoak eta teknikak (probabilistikoa eta ez-probabilistikoa) ezaugarritzea, eta horien abantailak eta eragozpenak aztertzea.

Laginketa probabilistikoaren eta ez-probabilistikoaren teknikak konparatzeko aztertzea, eta haien abantailak eta eragozpenak adieraztea.

Ausazko laginketa bakuna garatzeko prozesua deskribatzea, eta haren abantailak eta berekin dakartzan mugak aztertzea.

Laginketa-prozesua deskribatzea, laginketa probabilistikoaren teknikak aplikatzea (sistematikoa, geruzatua, arlokako laginketa edo konglomeratu-laginketa, etapa anitzekoa eta ausazko bidekoa), eta haien abantailak eta eragozpenak aztertzea.

Laginketa-prozesua aztertzea, hainbat laginketa-teknika aplikatuta: laginketa ez-probabilistikoa, komenentziazkoa, iritzizkoa, kuotazkoa eta elur-pilotazko laginketa.

Laginaren tamaina optimoa kalkulatzeko, eta haren ezaugarriak eta osatzen duten elementuak eta lagina lortzeko aplikatu daitezkeen prozedura zehaztea.

Laginketaren oinarriko kontzeptuak: populazioa, unibertsoa, lagin-markoa, lagin-unitateak eta lagina.

Laginketa motak: probabilistikoak eta ez-probabilistikoak.

Laginketa-prozesu baten faseak.

Laginketa ausazkoak edo probabilistikoak: ausazko laginketa bakuna, sistematikoa, geruzatua, konglomeratu-laginketa, arlokako laginketa eta ausazko bidekoa.

Laginketa ez-probabilistikoak: komenentziazkoa, iritzizkoa, kuotazkoa eta elur-pilotazko laginketa.

Laginaren tamainan eragina duten faktoreak. Konfiantza-maila, laginketa-errorea eta bestelakoak.

Laginaren tamainaren kalkulua.

Inferentzia estatistikoa.

Lagin-erroreak eta laginaz bestelakoak.

Laginketa-errorearen kalkulua.

Puntu-zenbatespena eta tarteazkoa. Konfiantza-tarteak.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Ohikoak ez diren baliabideekin konfiantzaz eta beharrezko neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea.

Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

7.– Datuak estatistikoki aztertzea eta tratatzea.

Merkataritza-ikerketan lortutako datuak kodetzea, tabulatzea eta grafikoki irudikatzea, jasotako zehaztapenen arabera.

Zentrarako joeraren eta datuen barreiaduraren estatistika-neurri adierazgarrienak eta banaketaren forma irudikatzen duten neurriak kalkulatzeko.

Inferentzia estatistikoaren teknikak aplikatzea laginean lortutako emaitzak populazio osoari estrapolatzeko, konfiantza-maila jakin batekin eta laginaren errore-maila jakin bat onartuta.

Konfiantza-tarteak eta laginketa-erroreak zehaztea.

Kalkulu-orriak erabiltzea datuak analizatzeko eta estatistika-neurriak kalkulatzeko.

Garrantzizko ondorioak ateratzea egindako merkataritza-ikerketan lortutako informazioaren analisia abiapuntu hartuta.

Ikerketan lortutako datuak aurkeztea, estatistika-taulen moduan behar bezala antolatuta eta irudikapen grafikorik egokienez hornituta.

Estatistika-analisan lortutako emaitzekin eta ikerketaren ondorioekin txostenak egitea, informetika-tresnak erabilita.

Ikerketaren emaitzak eta datuak datu-base batean sartzea, informazioa bizkor eta zehatz saritzeko, berreskuratzeke eta aurkezteke formaturik egokienean.

Datuen kodifikazioa eta tabulazioa.

Emaitzen irudikapen grafikoa.

Datu motak: kuantitatiboak eta kualitatiboak. Analisi-teknikak.

Estatistika deskriptiboa. Zentrarako joeraren neurriak, sakabanatzearenak eta formarenak.

Erregresio linealeko eta korrelazio bakuneko teknikak. Kurben doikuntza.

Erregresio eta korrelazio anizkoitzeko teknikak.

Zenbaki indizeak.

Denborazko serieak. Joeren zenbatespena. Denborazko serieen deflazioa.

Analisi probabilitistikoaren teknikak.

Hipotesi-kontrastea.

Laginaren emaitzak aztergai den populazioari estrapolatzea.

Datuen estatistika-analisiaren emaitzekin eta ikerketaren ondorioekin merkataritza-txostenak egitea.

Datu eta eranskin estatistikoen aurkezpena: taulak, koadroak eta grafikoak.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Ohikoak ez diren baliabideekin konfiantzaz eta beharrezko neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea.

Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

8.— Datu-base erlazionalak kudeatzea.

Datu-base bat osatzen duten elementuak, haien ezaugarriak eta merkataritza-ikerketari aplikadakizkiokeen utilitateak identifikatzea.

Datu-base erlazional bat diseinatzea merkataritza-ikerketaren helburuen arabera.

Datu-base batean erabilgarri dauden kontsulta motak identifikatzea, eta horietariko bakoitzaren funtzionaltasuna aztertzea.

Datu-bilaketa aurreratutako eta hainbat motatako informazio-kontsulta gidatuak egitea.

Datu-baseak kudeatzeko informatika-aplikazio baten utilitateak maneiatzea informazioa kontsultatzeko, prozesatzeko, editatzeko eta artxibatzeko, eta informazioaren segurtasuna, osotasuna eta konfidentzialtasuna mantentzeko.

Informazioa aurkezteko hainbat formatu diseinatzea, erabilgarri dauden tresnak erabilia.

Aurkeztu behar diren datuak identifikatzea, eta datu horiek dauzkaten fitxategiak zehaztea edo eduki behar lituzketenak sortzea.

Beharrezkoak diren txostenak edo etiketak sortzea, eta eskatutako informazioa ordenatuta eta sintetikoki aurkeztea, haren funtzionaltasunerako formatu egokietan.

Datuak sartzeko beharrezkoak diren inprimakiak sortzea, modu pertsonalizatuan edo sorrera automatizatuko tresnak erabilia.

Datu-baseen egitura eta funtzioak.

Datu-base baten diseinua.

Datu-bilaketa aurreratuak.

Informazio-kontsulta gidatuak.

Datu-basea mantentzea eta eguneratzea.

Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Ohikoak ez diren baliabideekin konfiantzaz eta beharrezko neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea.

Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

11. Lanbide-modulua: Ingelesa

Kodea: 0179

Maila: 1.a

Iraupena: 165 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 7

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Edozein komunikazio-bitarteko bidez hizkuntza estandarrean egindako orotariko ahozko diskurtsoetan bildutako informazio profesionala eta egunerokoa ezagutzen du, eta mezuaren edukia interpretatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Mezuaren ideia nagusia identifikatu du.

b) Hizkuntza estandarrean ahoskatutako irrati bidezko mezuen helburua eta bestelako material grabatuaren edo erretransmitituaren helburua ezagutu du, eta hiztunaren aldartea eta tonua identifikatu ditu.

c) Bizitza sozialarekin, profesionalarekin edo akademikoarekin lotzen diren hizkuntza estandarreko grabazioetatik atera du informazioa.

d) Hiztunaren ikuspuntuak eta jarrerak identifikatu ditu.

e) Hizkuntza estandarrean eta erritmo normalean egindako gai zehatzei eta abstraktuei buruzko mezu eta adierazpenen ideia nagusiak identifikatu ditu.

f) Hizkuntza estandarrean adierazten zaiona xehetasun guztiekin ulertu du, baita ingurune zaratatsu batean ere.

g) Hitzaldi, solasaldi eta txostenetako ideia nagusiak atera ditu, baita hizkuntza-mailan konplexuak diren aurkezpen akademiko eta profesionaleko beste modu batzuetako ideia nagusiak ere.

h) Mezu bat bere elementu guzti-guztiak ulertu gabe orokorrean konprenitzea zeinen garrantzitsua den konturatu da.

2.– Idatzizko testu zailetan bildutako informazio profesionala interpretatzen du, edukiak modu ulerkorrean aztertuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Independentzia-maila handiarekin irakurri du, eta irakurmenaren abiadura eta estiloa testuetara eta xedeetara egokitu du eta erreferentzia-iturri egokiak modu selektiboan erabili ditu.

b) Bere espezialitateari dagozkion gutunak interpretatu ditu, eta erraz ulertu du funtsezko esanahia.

c) Zehatz-mehatz interpretatu ditu testu luze eta zail samarrak, bere espezialitatearekin lotzen direnak eta lotzen ez direnak, betiere atal zailak berriro irakurtzeko aukera badu.

d) Aztergai duen sektorearen esparruarekin erlazionatu du testua.

e) Berehala identifikatu du askotariko gai profesionalei buruzko albisteen, artikuluen eta txostenen edukia eta garrantzia, eta analisi sakonagoa behar den erabaki du.

f) Testu zailen itzulpenak egin ditu, eta, beharrezkoa izan denean, laguntza-materiala erabili du.

g) Euskarri telematikoen bitartez (e-posta, faxa, besteak beste) hartutako mezu teknikoak interpretatu ditu. E-mail eta fax.

h) Bere espezialitateko jarraibide luzeak eta zailak interpretatu ditu.

3.– Ahozko mezu argiak eta ondo egituratuak ematen ditu, eta egoeraren edukia aztertzen du eta solaskidearen hizkuntza-erregistrora egokitzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Mezua emateko erabilitako erregistroak identifikatu ditu.

b) Emari, doitasun eta eraginkortasunez mintzatu da askotariko gai orokorre, akademikoei eta profesionalei buruz, edo aisialdiko gaiei buruz, eta argi lotu ditu ideiak.

c) Naturaltasunez komunikatu da eta zirkunstantzien arabera formaltasun-maila egokiaz egin du.

d) Aurkezpen formaletan eta informaletan protokolo-arauak erabili ditu.

e) Lanbidearen terminologia behar bezala erabili du.

f) Argi eta garbi adierazi eta babestu ditu bere ikuspuntuak, eta azalpen eta argudio egokiak eman ditu.

g) Bere konpetentziako lan-prozesu bat deskribatu eta sekuentziatu du.

h) Lanerako aukera edo prozedura jakin bat hautatzea xehetasun guztiekin argudiatu du.

i) Beharrezkotzat jo duenean diskurtsoa edo horren zati bat berriz formulatzeko eskatu du.

4.– Lanbide-jarduerako edo bizitza akademikoko eta eguneroko bizitzako dokumentuak eta txostenak egiten ditu, eta hizkuntza-baliabideak idazkiaren xedearekin lotzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Espezialitatearekin lotzen diren askotariko gaiei buruzko testu argiak eta zehatzak idatzi ditu, eta hainbat iturritatik jasotako informazioak eta argudioak laburtu eta ebaluatu ditu.

b) Informazioa zuzentasunez, doitasunez eta koherentziaz antolatu du, eta informazio orokorra edo zehatza eskatu eta eman du.

c) Txostenak idatzi ditu, alderdi adierazgarriak nabarmendu ditu eta lagungarriak izango diren xehetasun garrantzitsuak eman ditu.

d) Bere lanbide-eremuko dokumentazio espezifikoa bete du.

e) Dokumentuak betetzerakoan ezarritako formulak eta hiztegi espezifikoa aplikatu ditu.

f) Artikuluak, jarraibideen eskuliburuak eta bestelako dokumentu idatzi batzuk laburbildu ditu, eta, horretarako, hiztegi zabala erabili du, errepikapenak saihestearren.

g) Landu beharreko dokumentuaren berezko adeitasun-formulak erabili ditu.

5.– Komunikazio-egoeretan jarrera eta portaera profesionalak aplikatzen ditu, eta atzerriko hizkuntzaren herrialdeko harreman tipiko bereizgarriak deskribatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Atzerriko hizkuntza hitz egiten den erkidegoko ohitura eta usadioen ezaugarri esanguratsuenak definitu ditu.

b) Herrialdearen berezko gizarte-harremanetako protokoloak eta arauak deskribatu ditu.

c) Atzerriko hizkuntza hitz egiten den erkidegoko berezko balioak eta sinesmenak identifikatu ditu.

d) Lanbide-jardueraren berezko alderdi sozioprofesionalak identifikatu ditu edozein testu motatan.

e) Atzerriko hizkuntza hitz egiten den herrialdearen berezko gizarte-harremanetako protokoloak eta arauak aplikatu ditu.

f) Eskualde-jatorriaren hizkuntza-markak ezagutu ditu.

B) Edukiak:

1.– Ahozko mezuak aztertzea.

Ahozko mezu profesionalak eta egunerokoak ulertzea –zuzenekoak zein telefono bidezkoak, irratir bidezkoak edo grabatuak–.

Ahozko testu baten ideia nagusiak eta bigarren mailakoak identifikatzea.

Beste hizkuntza-baliabide batzuk ezagutzea, hala nola adostasuna eta desadostasuna, hipotesiak eta espekulazioak, iritziak eta aholkuak, pertsuasioa eta ohartarazpenak.

Administrazioaren eta kudeaketaren lanbide-jardueraren berariazko terminologia.

Ahozko testuak ulertzeko beharrezko gramatika-baliabideak. Esate baterako: aditz-denborak, preposizioak, phrasal verbs, lokuzioak, izaeraren eta zalantzaren adierazpena, boz pasiboaren erabilera, perpaus erlatiboak, zeharkako estiloa, aditz modalak...

Ahozko hizkuntzaren hainbat azentu.

Ulertzeko interesa izatea.

Hizkuntza bakoitzaren berezko adeitasun-arauak eta erregistro-desberdintasunak errespetatzea.

2.– Idatzizko mezuak interpretatzea.

Mezuak, testuak, eta oinarrizko artikulak profesionalak eta egunerokoak ulertzea.

Edozein euskarri tradizionaletan edo telematikoetan emandako testuak ulertzea. Faxe, e-posta, burofaxa.

Sektorearekin lotzen diren mota guztietako testu-tipologiak ezagutzea.

Erlazio logikoak ezagutzea: aurrekotasuna, kontzesioa, konparazioa, baldintza, kausa, helburua, emaitza.

Denbora-erlazioak bereiztea: aurrekotasuna, gerokotasuna, aldiberekotasuna.

Lanbide-jardueraren terminologia espezifikoak.

Idatzizko testuak ulertzeko beharrezko gramatika-baliabideak: aditz-denborak, preposizioak, phrasal verbs, lokuzioak, izaeraren, zalantzaren eta desioaren adierazpena, boz pasiboaren erabilera, perpaus erlatiboak, zeharkako estiloa, aditz modala, etab.

Sektorean ohikoenak diren testu-tipologiaren egitura.

Ulertzeko interesa izatea.

Lanbidearekin lotzen diren edozein motatako testuak ulertzeko beharrezko baliabideak erabiltzen autonomiaz jardutea.

Hizkuntza bakoitzaren berezko adeitasun-arauak eta erregistro-desberdintasunak errespetatzea.

Informazio-iturrietik jarrera erreflexiboa eta kritikoa izatea.

3.– Ahozko mezuak sortzea.

Honako hizkuntza-baliabideak ezagutzea: adostasuna eta desadostasuna, hipotesiak eta espekulazioak, iritziak eta aholkuak, pertsuasioa eta ohartarazpenak.

Gizarte-harremanetarako hizkuntza-adierazgailuak, adeitasun-arauak eta erregistro desberdinak erabiltzea.

Ahozko diskurtsoa mantentzea eta jarraitzea: hitz egiteko txanda hartzea, mantentzea eta lagatzea, sostengua ematea, ulertzen dela erakustea, argibideak eskatzea, eta abar.

Intonazioa ahozko testuaren kohesio-baliabide gisa erabiltzea: intonazio-ereduak erabiltzea.

Gramatika-baliabideak, ahozko mezuak sortzeko dagokionez: aditz-denborak, preposizioak, phrasal verbs, lokuzioak, izaeraren eta zalantzaren adierazpena, boz pasiboaren erabilera, perpaus erlatiboak, zeharkako estiloa, aditz modala, etab.

Ahozko mezuak igortzeko erabiltzen diren erregistroak.

Lanbide-jardueraren terminologia espezifikoak.

Fonetika, intonazioa eta erritmoa, ahozko mezuei dagokienez.

Ikasgelan ingelesa erabiltzearen aldeko jarrera positiboa izatea.

Informazio-trukean bete-betean parte hartzea.

Atzerriko hizkuntzan komunikatzeko norberaren gaitasunaz jabetzea.

Hizkuntza bakoitzaren berezko adeitasun-arauak eta erregistro-desberdintasunak errespetatzea.

4.– Idatzizko testuak igortzea.

Hainbat euskarritan emandako sektoreko dokumentu eta testu profesionalak eta egunerokoak adieraztea eta betetzea.

Testu koherenteak lantzea:

- Testua komunikazio-testuingurura egokitzea.
- Testuaren mota eta formatua.
- Hizkuntza-aldaera.
- Erregistroa.
- Gairako sarrera eta diskurtsoaren hasiera. Garapena eta iritsiera: adibideak. Diskurtsoaren amaiera eta laburpena.
- Sektorearen berariazko terminologia egokia erabiltzea.
- Egitura sintaktikoak hautatzea.
- Puntuazio-markak erabiltzea.

Lanbide-jardueraren terminologia espezifikoa.

Testuak igortzeko beharrezko gramatika-baliabideak: aditz-denborak, preposizioak, phrasal verbs, aditz modalak, lokuzioak, boz pasiboaren erabilera, perpaus erlatiboak, zeharkako estiloa.

Beste baliabide batzuk: aurkakotasuna, kontzesioa, konparazioa, baldintza, kausa, helburua, emaitza.

Loturak: although, even if, in spite of, despite, however, in contrast...

Eratorpena: adjektiboak eta substantiboak osatzeko atzizkiak.

Denbora-erlazioak: aurrekotasuna, gerokotasuna, aldiberekotasuna.

Sektorean ohikoenak diren testu-tipologien egitura.

Testuaren garapenean koherentziaren premia baloratzea.

Lanbidearekin lotzen diren edozein motatako testuak sortzeko beharrezko baliabideak erabiltzeko autonomia izatea.

Hizkuntza bakoitzaren berezko adeitasun-arauak eta erregistro-desberdintasunak errespetatzea.

5.– Atzerriko hizkuntza (ingelesa) hitz egiten duten herrialdeetako kultura-elementurik adierazgarrienak identifikatzea eta interpretatzea.

Enpresaren irudi ona proiektatzeko portaera sozioprofesionala eskatzen duten egoeretan baliabide formalak eta funtzionalak erabiltzea.

Komunikazioaren testuinguruaren, solaskidearen eta solaskideen asmoaren arabera, erregis-
trorik egokienak erabiltzea.

Ingelesa hizkuntza duten herrialdeetako elementu soziokultural esanguratsuenak.

Nazioarteko harremanetan arau soziokulturalak eta protokoloak balioestea.

Atzerriko hizkuntza ezagutzea, bizitza pertsonalean eta profesionalean interesgarriak izan dai-
tezkeen jakintzak areagotzeko.

12. Lanbide-modulua: Salmentak eta merkataritza-espazioak kudeatzeko proiektua

Kodea: 0932

Maila: 2.a

Iraupena: 50 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 5

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.— Produkzio-sektorearen beharrak identifikatzen ditu, eta behar horiek ase ditzaketen ere-
duzko proiektuekin lotzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Sektorako enpresak antolamendu-ezaugarrien arabera eta eskaintzen duten produktuaren
edo zerbitzuaren arabera sailkatu ditu.

b) Ereduzko enpresak ezaugarritu ditu eta, horretarako, sail bakoitzaren funtzioak eta antola-
mendu-egitura eman du aditzera.

c) Enpresei gehien eskatzen zaizkien beharrak identifikatu ditu.

d) Sektoran aurreikus daitezkeen negozio-aukerak baloratu ditu.

e) Aurreikusten diren eskariei erantzuteko behar den proiektu mota identifikatu du.

f) Proiektuak izan behar dituen berariazko ezaugarriak zehaztu ditu.

g) Zerga-betebeharrak, lanekoak eta arriskuen prebentziokoak, eta horiek aplikatzeko baldin-
tzak zehaztu ditu.

h) Proposatzen diren produkzio edo zerbitzuko teknologia berriak txertatzeko jaso daitezkeen
laguntzak edo diru-laguntzak identifikatu ditu.

i) Proiektua lantzeko jarraitu beharreko lan-gidoia landu du.

2.— Tituluan adierazitako konpetentziekin lotutako proiektuak diseinatzen ditu, horiek eta osa-
tzen dituzten faseak barnean hartu eta garatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Proiektuan jorratuko diren alderdiei buruzko informazioa bildu du.

b) Bideragarritasun teknikoari buruzko azterlana egin du.

c) Proiektua osatzen duten faseak edo zatiak eta horien edukia identifikatu ditu.

d) Lortu nahi diren helburuak ezarri ditu eta horien iritsiera identifikatu du.

- e) Egiteko beharrezkoak diren baliabide naturalak eta pertsonalak aurreikusi ditu.
- f) Dagokion aurrekontu ekonomikoa egin du.
- g) Abian jartzeko finantziazio-beharrak identifikatu ditu.
- h) Diseinatzeko beharrezko dokumentazioa definitu eta landu du.
- i) Proiektuaren kalitatea ziurtatzeko kontrolatu beharreko alderdiak identifikatu ditu.

3.— Proiektua gauzatzea planifikatzen du, eta esku hartzeko plana eta dagokion dokumentazioa zehazten ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Jarduerak sekuentziatu ditu, eta inplementatze-beharren arabera antolatu ditu.
- b) Jarduera bakoitzerako beharrezko baliabideak eta logistika finkatu ditu.
- c) Jarduerak gauzatzeko baimenen beharrak identifikatu ditu.
- d) Jarduerak gauzatzeko edo jarduteko prozedurak finkatu ditu.
- e) Proiektua ezartzeari datxezkion arriskuak identifikatu ditu, eta arriskuei aurrea hartzeko plana eta beharrezko bitartekoak eta tresneriak definitu ditu.
- f) Baliabide materialak eta giza baliabideak eta gauzatze-denborak esleitzeko plangintza egin du.
- g) Ezartzearen baldintzei erantzuten dien balorazio ekonomikoa egin du.
- h) Proiektua ezartzeko edo gauzatzeko beharrezko dokumentazioa zehaztu eta prestatu du.

4.— Proiektua gauzatzean, jarraipena eta kontrola egiteko prozedurak definitzen ditu, eta erabiltako aldagaiak eta tresnak hautatu izana justifikatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Jarduerak edo esku-hartzeak ebaluatzeko prozedura definitu du.
- b) Ebaluazioa egiteko kalitate-adierazleak definitu ditu.
- c) Jarduerak egitean sor daitezkeen gorabeherak eta izan daitekeen konponbidea ebaluatzeko eta horiek erregistratzeko prozedura definitu du.
- d) Baliabideetan eta jardueretan izan daitezkeen aldaketak kudeatzeko prozedura definitu du, horiek erregistratzeko sistema barne.
- e) Jarduerak eta proiektua ebaluatzeko beharrezko dokumentazioa definitu eta landu du.
- f) Erabiltzaileei edo bezeroei buruzko ebaluazioan parte hartzeko prozedura ezarri du, eta beraiazko dokumentuak prestatu ditu.
- g) Proiektuaren baldintza-agiria betetzen dela bermatzeko sistema ezarri du, halakorik dagoe-nean.

5.— Proiektua aurkeztu eta defendatzen du, eta proiektua lantzean eta heziketa-zikloko ikaskuntza-prozesua garatzean eskuratutako konpetentzia teknikoak eta pertsonalak eraginkortasunez erabiltzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Proiektuari buruzko memoria-dokumentua egin du.
- b) Informazioaren eta komunikazioaren teknologia berriak erabiliko dituen aurkezpena prestatu du.
- c) Proiektuaren azalpena egin du, eta, horretarako, proiektuaren helburuak eta eduki nagusiak deskribatu ditu eta bertan jasotzen diren ekintza-proposamenak aukeratu izana justifikatu du.
- d) Azalpenean komunikazio-estilo egokia erabili du eta, ondorioz, azalpen antolatua, argia, atsegina eta eraginkorra lortu du.
- e) Proiektua defendatu du, eta talde ebaluatzaileak haren inguruan egindako galderei arrazoiak emanez erantzun die.

13. Lanbide-modulua: Laneko prestakuntza eta orientabidea

Kodea: 0933

Maila: 1.a

Iraupena: 99 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 5

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Lan-munduratzeko eta bizialdi osoko ikaskuntzako hautabideak identifikatu ondoren, lan-aukerak hautatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Etengabeko prestakuntzaren garrantzia baloratu du, enplegatze aukerak zabaltzeko eta produkzio-prozesuaren eskakizunetara egokitzeko funtsezko faktore gisa.
- b) Tituluaren lanbide-profilari lotutako prestakuntza-ibilbidea eta ibilbide profesionala identifikatu ditu.
- c) Profilari lotutako lanbide-jarduerarako eskatzen diren gaitasunak eta jarrerak zehaztu ditu.
- d) Tituludunarentzako lanerako eta lan-munduratzeko hobi nagusiak identifikatu ditu.
- e) Lana bilatzeko prozesuan erabiltzen diren teknikak zehaztu dira.
- f) Tituluari lotutako lanbide-sektoreetan autoenplegurako hautabideak aurreikusi ditu.
- g) Erabakiak hartzeko nortasuna, helburuak, jarrerak eta norberaren prestakuntza baloratu ditu.

2.– Talde-laneko estrategiak aplikatzen ditu, eta erakundearen helburuak lortzeko duten eragin-kortasuna baloratzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Profilari lotutako lan-egoeretan talde-lanak dituen abantailak baloratu ditu.
- b) Benetako lan-egoera batean osa daitezkeen lan-taldeak identifikatu ditu.
- c) Lan-talde ez-eraginkorraren aldean, talde eraginkorrak dituen ezaugarriak zehaztu ditu.
- d) Taldekideek bere gain hartutako denetako eginkizunen eta iritzien beharra ontzat baloratu du.

- e) Taldekideen artean gatazkak sortzeko aukera erakundeen alderdi ezaugarritzat onartu du.
- f) Gatazka motak eta horien sorburuak identifikatu ditu.
- g) Gatazkak konpontzeko prozedurak zehaztu ditu.

3.– Lan-harremanen ondoriozko eskubideak baliatu eta betebeharrak betetzen ditu, eta lan-kontratuetan horiek onartzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Lan-zuzenbidearen oinarrizko kontzeptuak identifikatu ditu.
- b) Enpresaburuaren eta langileen arteko harremanetan esku hartzen duten erakunde nagusiak bereizi ditu.
- c) Laneko harremanaren ondoriozko eskubideak eta betebeharrak zehaztu ditu.
- d) Kontratazio modalitate nagusiak sailkatu ditu, eta kolektibo jakin batzuentzat kontratazioa sustatzeko neurriak identifikatu ditu.
- e) Lan-bizitza eta familia-bizitza bateragarri egiteko indarrean dagoen legeriak ezarritako neurriak baloratu ditu.
- f) Laneko harremanak aldatu, eten eta deuseztatzearen arrazoiak eta ondorioak identifikatu ditu.
- g) Soldata-ordainagiria aztertu du, eta haren osagai nagusiak identifikatu ditu.
- h) Gatazka kolektiboko neurriak eta gatazkak ebazteko prozedurak aztertu ditu.
- i) Tituluarekin zerikusia duen lanbide-sektore bati aplikatzekoa zaion hitzarmen kolektiboan adostutako lan-baldintzak zehaztu ditu.
- j) Lan-antolamenduaren ingurune berrien ezaugarriak identifikatu ditu.

4.– Estalitako kontingentzien aurrean, Gizarte Segurantzako sistemaren babes-ekintza zehazten du eta prestazio mota guztiak identifikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Herritarren bizi-kalitatea hobetzeko funtsezko oinarri gisa baloratu du Gizarte Segurantzaren eginkizuna.
- b) Gizarte Segurantzak estaltzen dituen kontingentziak zerrendatu ditu.
- c) Gizarte Segurantzako sisteman dauden araubideak identifikatu ditu.
- d) Gizarte Segurantzako sistemaren barruan enpresaburuaren eta langilearen irudiak dituen betebeharrak identifikatu ditu.
- e) Langilearen kotizazio-oinarriak, eta langilearen eta enpresaburuaren irudiari dagozkion kuantak identifikatu ditu.
- f) Gizarte Segurantzako sistemaren prestazioak sailkatu eta eskakizunak identifikatu ditu.
- g) Legez egon daitezkeen langabezia-egoerak zehaztu ditu.

h) Oinarrizko kontribuzio mailari dagokion langabezia-prestazioaren iraupena eta kopurua kalkulatu ditu.

5.– Bere jardueraren ondoriozko arriskuak ebaluatzen ditu, lan-inguruneko lan-baldintzak eta arrisku-faktoreak aztertuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresaren esparru eta jarduera guztietan prebentzioaren kulturak duen garrantzia baloratu du.

b) Lan-baldintzak langilearen osasunarekin erlazionatu ditu.

c) Jardueraren arrisku-faktoreak eta horien ondoriozko kalteak sailkatu ditu.

d) Tituluaren lanbide-profilari lotutako lan-inguruneetan ohikoenak diren arrisku-egoerak identifikatu ditu.

e) Enpresan dauden arriskuak ebaluatu ditu.

f) Lanbide-profilari lotutako lan-inguruneetan, prebentziorako garrantzitsuak diren lan-baldintzak zehaztu ditu.

g) Tituluaren lanbide-profilari lotutako kalte profesionalen motak sailkatu eta deskribatu ditu, bereziki lan-istripuei eta lanbide-gaixotasunei dagokienez.

6.– Enpresa txiki batean, arriskuen prebentziorako plana egiten laguntzen du, inplikaturako agente guztien erantzukizunak identifikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Laneko arriskuen prebentzioan dauden eskubide eta betebeharrak nagusiak zehaztu ditu.

b) Enpresan prebentzioa kudeatzeko moduak sailkatu ditu, laneko arriskuen prebentzioari buruzko araudian ezarritako irizpideen arabera.

c) Arriskuen prebentzioari dagokionez, enpresan langileak ordezkatzeko moduak zehaztu ditu.

d) Laneko arriskuen prebentzioarekin zerikusia duten erakunde publikoak identifikatu ditu.

e) Enpresan, larrialdirik izanez gero jarraitu beharreko jardun-sekuentziazioa barne hartuko duen prebentzio-plana izatearen garrantzia baloratu du.

f) Tituludunaren lanbide-sektorearekin lotutako lantoki baterako prebentzio-planaren edukia zehaztu du.

g) Larrialdi- eta ebakuazio-plan bat pentsatu du.

7.– Prebentzio- eta babes-neurriak aplikatzen ditu, eta tituluari lotutako lan-inguruneko arrisku-egoerak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Kalteak sorburuan saihesteko eta, saihestezinak badira, haien ondorioak ahalik eta gehien murrizteko aplikatu behar diren prebentzio-teknikak, eta norbera eta taldea babestekoak zehaztu ditu.

b) Mota guztietako segurtasun-seinaleen esanahia eta hedadura aztertu ditu.

c) Larrialdietarako jardun-protokoloak aztertu ditu.

d) Larrialdietan, larritasun-maila desberdinetako biktimak daudenean, zaurituak sailkatzeko teknikak identifikatu ditu.

e) Istripuaren lekuan bertan hainbat kalteren aurrean aplikatu beharreko lehen laguntzetako oinarritzko teknikak identifikatu ditu, baita botikinaren osaera eta erabilera ere.

f) Langileen osasuna zaintzeko eskakizunak eta baldintzak zehaztu ditu, eta prebentzio-neurri gisa duten garrantzia adierazi du.

B) Edukiak:

1.– Lan-munduratzeko eta bizialdi osoko ikaskuntzako prozesua.

Lan-ibilbiderako interes, gaitasun eta motibazio pertsonalak aztertzea.

Tituluari lotutako prestakuntza-ibilbideak identifikatzea.

Tituluaren lanbide-sektorea definitzea eta aztertzea.

Norberaren ibilbidea planifikatzea:

– Beharrekin eta hobespeneekin bateragarriak izango diren epe ertain eta luzerako lan-helburuak ezartzea.

– Uneko eta gerorako pentsatutako prestakuntzarekiko helburu errealistak eta koherenteak.

Ibilbide-planaren, prestakuntzaren eta helburuen arteko koherentzia norberak egiaztatzeko zerrenda bat ezartzea.

Lan-munduratzeko beharrezko dokumentuak betetzea (aurkezpen-gutuna, curriculum vitae...), eta test psikoteknikoak eta elkarriketa simulatuak egitea.

Lana bilatzeko teknikak eta tresnak.

Erabakiak hartzeko prozesua.

Sektoreko enpresa txiki, ertain eta handietan lana bilatzeko prozesua.

Europar ikasi eta enplegatze aukerak. Europass, Ploteus.

Tituludunaren lan- eta lanbide-ibilbiderako etengabeko prestakuntzak duen garrantzia baloratzea.

Norberaren ikaskuntzaz arduratzea. Eskakizunak eta aurreikusitako emaitzak ezagutzea.

Autoenplegua lan-mundura sartzeko hautabidetzat balioestea.

Lan-munduan egoki txertatzeko lan-ibilbideak baloratzea.

Lanarekiko konpromisoa izatea. Lortutako trebakuntza baliaraztea.

2.– Gatazka eta lan-taldeak kudeatzea.

Antolakundea pertsona talde gisa aztertzea.

Antolamendu-egiturak aztertzea.

Kideek lan-taldean izan ditzaketen eginkizunak aztertzea.

Antolakundeetako gatazken sorrera aztertzea: espazioak, ideiak eta proposamenak partekatzea.

Gatazka motak, esku-hartzaileak eta horien abiapuntuko jarrerak aztertzea.

Gatazkak ebazteko moduak, bitartekotza eta jardunbide egokiak aztertzea.

Lan-taldeen sorrera aztertzea.

Enpresa baten antolamendu-egitura, xede bat lortzeko pertsona-talde gisa.

Talde motak sektoreko industrian, dituzten eginkizunen arabera.

Komunikazioa, taldeak sortzean arrakasta lortzeko oinarritzko elementu gisa.

Lan-talde eraginkorraren ezaugarriak.

Gatazkaren definizioa: haren ezaugarriak, sorburuak eta etapak.

Gatazkak ebatzi edo deuseztatzeko metodoak: bitartekotza, adiskidetzea eta arbitrajea.

Enpresa-helburuak lortzeko pertsonen ekarpena balioestea.

Antolamenduaren eraginkortasunean talde-lanak dituen abantailak eta eragozpenak balioestea.

Talde-lanerako funtsezko faktoretzat komunikazioa baloratzea.

Lan-taldeetan sor daitezkeen gatazkak ebazteko partaidetzazko jarrera izatea.

Gatazkak ebazteko sistemak aztertzea.

3.– Lan-kontratuaren ondoriozko lan-baldintzak.

Lan-zuzenbidearen iturriak aztertzea eta hierarkiaren arabera sailkatzea.

Langileen Estatutuari buruzko Legearen Testu Bateginean (LELTB) arautzen diren lan-jardueren ezaugarriak aztertzea.

Kontratu-modalitate ohikoenak formalizatu eta alderatzea, haien ezaugarrien arabera.

Nomina interpretatzea.

Dagokion lanbide-jarduerako sektorerako hitzarmen kolektiboa aztertzea.

Lan-zuzenbidearen oinarritzko iturriak: Konstituzioa, Europar Batasunaren direktibak, Langileen Estatutua, Hitzarmen Kolektiboa.

Lan-kontratua: kontratuaren elementuak, ezaugarriak eta formalizazioa, gutxieneko edukiak, enpresaburuaren betebeharrak, enpleguari buruzko neurri orokorrak.

Kontratu motak: mugagabeak, prestakuntzakoak, aldi baterakoak, lanaldi partzialekoak.

Lanaldia: iraupena, ordutegia, atsedenaldiak (laneko egutegia eta jaiegunak, oporrak, baime-nak).

Soldata: motak, ordainketa, egitura, aparteko ordainsariak, soldataz kanpoko eskuratzeak, soldata-bermeak.

Soldata-kenkariak: kotizazio-oinarriak eta ehunekoak, Pertsona Fisikoen Errentaren gaineko Zerga (PFEZ).

Kontratua aldatu, eten eta deuseztatzea.

Ordezkaritza sindikala: Sindikatua kontzeptua, sindikatzeko eskubidea, enpresa-elkarteak, gatazka kolektiboak, greba, ugazaben itxiera.

Hitzarmen kolektiboa. Negoziazio kolektiboa.

Lan-antolamenduaren ingurune berriak: kanpora ateratzea, telelana...

Lana arautzeko beharra baloratzea.

Dagokion lanbide-jarduerako sektorearen lan-harremanetan aplikatzen diren arauak ezagutzeko interesa izatea.

Aurreikusitako legezko bideak laneko gatazken ebazpide gisa aintzat hartzea.

Langileen kontratazioan etika eskaseko eta legez kanpoko jardunak baztertzea, batez ere premia handienak dituzten kolektiboei dagokienez.

Gizartea hobetzeko agente gisa, sindikatuen eginkizuna aintzat hartu eta balioestea.

4.– Gizarte Segurantza, enplegua eta langabezia.

Gizarte Segurantzako sistema orokorra unibertsala izateak duen garrantzia aztertzea.

Gizarte Segurantzaren prestazioei buruzko kasu praktikoak ebaztea.

Gizarte Segurantzako sistema: aplikazio-esparrua, egitura, araubideak, erakunde kudeatzailerak eta laguntzaileak.

Enpresaburuen eta langileen betebeharrak nagusiak Gizarte Segurantzaren arloan: afiliazioak, altak, bajak eta kotizazioa.

Babes-ekintza: osasun-asistentzia, amatasuna, aldi baterako ezintasuna eta ezintasun iraunkorra, baliaezintasun gabeko lesio iraunkorrak, erretiroa, langabezia, heriotza eta biziraupena.

Prestazioen motak, eskakizunak eta kopurua.

Langileak euren eskubideen eta betebeharren inguruan aholkatzeko sistemak.

Herritarren bizi-kalitatea hobetzeko Gizarte Segurantzaren eginkizuna aintzat hartzea.

Gizarte Segurantzarako kotizazioan nahiz prestazioetan iruzurrezko jokabideak gaitzestea.

5.– Arrisku profesionalak ebaluatzea.

Lan-baldintzak aztertu eta zehaztea.

Arrisku-faktoreak aztertzea.

Segurtasun-baldintzei lotutako arriskuak aztertzea.

Ingurumen-baldintzei lotutako arriskuak aztertzea.

Baldintza ergonomikoei eta psikosozialei lotutako arriskuak aztertzea.

Enpresaren arrisku-esparruak identifikatzea.

Lanbide-eginkizunaren araberako arrisku-protokoloa ezartzea.

Lan-istripuaren eta lanbide-gaixotasunaren artean bereiztea.

Arrisku profesionalaren kontzeptua.

Enpresan arriskuak ebaluatzea, prebentzio-jardueraren oinarritzko elementu gisa.

Profilari lotutako lan-ingurunearen berariazko arriskuak.

Antzemandako arrisku-egoeren ondorioz langilearen osasunean eragin daitezkeen kalteak.

Lanbide-jardueraren fase guztietan prebentzioaren kulturak duen garrantzia.

Lanaren eta osasunaren arteko lotura balioestea.

Prebentzio-neurriak hartzeko interesa azaltzea.

Enpresan prebentziorako prestakuntza ematearen garrantzia balioestea.

6.– Enpresan arriskuen prebentzioa planifikatzea.

Planifikazio- eta sistematizazio-prozesuak bideratzea, oinarritzko prebentzio-tresna gisa.

Laneko Arriskuen Prebentzioari (LAP) buruzko oinarritzko araua aztertzea.

Laneko Arriskuen Prebentzioaren (LAP) arloko egitura instituzionala aztertzea.

Lan-ingurunerako larrialdi-plan bat egitea.

Zenbait larrialdi-plan bateratu eta aztertzea.

Lanak giza osasunean eta segurtasunean dituen ondorioak.

Eskubideak eta betebeharrak laneko arriskuen prebentzioaren arloan.

Erantzukizunak laneko arriskuen prebentzioaren arloan. Erantzukizun mailak enpresan.

Laneko Arriskuen Prebentzioan (LAP) eta osasunean esku hartzen duten agenteak, eta horien eginkizunak.

Prebentzioaren kudeaketa enpresan.

Langileen ordezkaritza prebentzioaren arloan (laneko arriskuen prebentzioko oinarritzko teknika).

Laneko arriskuen prebentzioarekin zerikusia duten erakunde publikoak.

Prebentzioaren plangintza enpresan.

Larrialdi- eta ebakuazio-planak lan-inguruneetan.

Laneko Arriskuen Prebentzioaren (LAP) garrantzia eta beharra baloratzea.

Laneko arriskuen prebentzioko (LAP) eta laneko osasuneko (LO) agente gisa duen posizioa baloratzea.

Erakunde publikoek eta pribatuek laneko osasunean (LO) errazago sartzeko egindako aurrerapenak baloratzea.

Dagokion kolektiboaren larrialdi-planei buruzko ezagutza baloratu eta zabaltzea.

7.– Enpresan prebentzio- eta babes-neurriak aplikatzea.

Norbera babesteko teknikak identifikatzea.

Norbera babesteko neurriak erabiltzeko garaian enpresak eta banakakoek dituzten betebeharrak aztertzea.

Lehen sorospenetako teknikak aplikatzea.

Larrialdi-egoerak aztertzea.

Larrialdietarako jardun-protokoloak egitea.

Langileen osasuna zaintzea.

Banako eta taldeko prebentzio- eta babes-neurriak.

Larrialdi-egoera batean jarduteko protokoloa.

Larrialdi medikoa / lehen sorospenak. Oinarrizko kontzeptuak.

Seinale motak.

Larrialdien aurreikuspena balioestea.

Osasuna zaintzeko planen garrantzia baloratzea.

Proposatutako jardueretan bete-betean parte hartzea.

14. Lanbide-modulua: Lantokiko prestakuntza

Kodea: 0934

Maila: 2.a

Iraupena: 360 ordu

Baliokidetasuna ECTS kredituetan: 22

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Enpresaren egitura eta antolamendua identifikatzen ditu, eta horiek lortzen dituen produktuen produkzioarekin eta merkaturatzearekin edo egiten duen zerbitzu motarekin erlazionatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresaren antolamendu-egitura eta arlo bakoitzaren eginkizunak identifikatu ditu.

b) Enpresaren egitura eta sektorean dauden ereduazko enpresa-antolamenduak alderatu ditu.

c) Enpresaren sare logistikoa osatzen duten elementuak identifikatu ditu: hornitzaileak, bezeroak, produkzio-sistemak, biltegiatzea eta bestelakoak.

d) Zerbitzuaren ezaugarriak eta bezero mota enpresa-jardueraren garapenarekin lotu ditu.

e) Zerbitzugintza garatzeko lan-prozedurak identifikatu ditu.

f) Jarduera behar bezala garatzeko giza baliabideen beharrezko kompetentziak baloratu ditu.

g) Jarduera honetan ohikoenak diren hedabideen egokitasuna identifikatu du.

2.– Lanbide-jarduera garatzean ohitura etikoak eta lanekoak aplikatzen ditu, lanpostuaren ezau-garrien eta enpresan ezarritako prozeduren arabera.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Aintzat hartu eta justifikatu ditu:

- Lanpostuan beharrezkoa den langileen eta denboraren eskuragarritasuna.
- Jarrera pertsonalak (puntueltasuna, enpatia, besteak beste) eta profesionalak (besteak beste, lanposturako beharrezko ordena, garbitasuna eta erantzukizuna).
- Jarrerazko eskakizunak lanbide-jarduerak dituen arriskuen prebentzioaren aurrean.
- Lanbide-jardueraren kalitatearekin zerikusia duten jarrerazko eskakizunak.
- Lan-talde barruko eta enpresan ezarritako hierarkiekiko harreman-jarrerak.
- Lanaren esparruan egiten diren jardueren dokumentazioarekin zerikusia duten jarrerak.
- Profesionalaren jardun egokiarekin lotuta, esparru zientifikoan eta teknikoan lan-munduan txertatzeko eta berriro laneratzeko prestakuntza-beharrak.

b) Lanbide-jardueran aplikatzekoak diren laneko arriskuen prebentzioari buruzko arauak eta Laneko Arriskuen Prebentzioari buruzko Legearen oinarrizko alderdiak identifikatu ditu.

c) Lanbide-jarduerak dituen arriskuen arabera eta enpresaren arauen arabera jarri du abian norbera babesteko tresneria.

d) Garatu dituen jardueretan ingurumena errespetatzeko jarrera izan du.

e) Antolatuta, garbi eta oztoporik gabe mantendu du lanpostua edo jarduera garatzeko eremua.

f) Zuzendu zaion lanaz arduratu da, jasotako argibideak interpretatuz eta betez.

g) Egoera bakoitzean ardura duen pertsonarekin eta taldeko kideekin komunikazio eraginkorra ezarri du.

h) Taldearen gainerakoekin koordinatu da eta sortzen diren gertakaririk adierazgarrienak komu-nikatu ditu.

i) Bere jardueraren garrantzia eta zereginen aldaketetara egokitzeko beharra baloratu ditu.

j) Lana garatzean arauak eta prozedurak aplikatzeaz arduratu da.

3.– Produktuak/zerbitzuak merkataritza-espazioetan ezartzeko lanak antolatzen ditu, eta, egin-kizun horretan, sustapen-ekintzak eta erakusleihoak muntatzeko lanak kontrolatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Produktu-aukeraren zabaltasuna eta sakontasuna zehaztu du, ezarritako merkataritza-helburuak erdiesteko.

b) Produktuak edo zerbitzuak linealetan kokatu ditu, errentagarritasun- eta irudi-irizpideei jarraiki.

c) Salmenta-puntuak sustapen-ekintzak ezarri ditu, merchandising-eko teknika egokiak aplikatuta.

d) Erakusleiho birtuala osatzen duten elementuak antolatu ditu, erakusleiho fisikoaren fisio-
nomia eta enpresaren irudi korporatiboa errespetatuta.

e) Saltoki barruko eta kanpoko elementuak hautatu ditu, lortu nahi diren helburuak eta irudia erdiesteko.

f) Merkataritzako erakusleihoaren zehaztapenak definitu ditu, bezero potentziala erakartzeko.

g) Erakusleioa muntatzeko lanak ezarritako proiektuaren eta aurrekontu erabilgarriaren araberak antolatu ditu.

4.– Enpresaren marketin-politiken diseinuan, aplikazioan eta jarraipenean parte hartzen du, eta, horretarako, marketineko informazio-sisteman erabilgarri dagoen informazioa, salmenta-saretik lortutakoa eta egindako merkataritza-azterketak analizatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresarentzat interesa duten merkataritza-azterketak egin ditu, enpresa barne- edo kanpo-merkatu berrietan sartzeari begira.

b) Merkatu batean sartzeko modurik egokiena hautatu du, eta, horretarako, banaketa-kanalen egitura definitzen duten faktoreak aztertu ditu.

c) Merkataritza-sustapeneko ekintzarik egokienak hautatu ditu, eta, horretarako, erabilgarri dauden merkataritza-komunikazioko aukerak aztertu ditu.

d) Marketing mixeko aldagaiak eta merkatuaren joerak eta bilakaera aztertu ditu, produktuaren edo zerbitzuaren posizionamendua hobetzeko, bezeroen leialtasuna lortzeko eta salmentak gehitzeko.

e) Produktu edo zerbitzuei buruzko txostenak egin ditu, beharrezkoak diren informatika-tresnak erabilia, haiek bezeroen beharretara eta produktu-politikaren definiziora egokitzeko.

f) Produktuaren edo zerbitzuaren prezio egokiei buruzko txostenak egin ditu, beharrezkoak diren informatika-tresnak erabilia, eta, horretarako, kostuak, lehia eta prezio-politikako merkataritza-estrategiak aztertu ditu.

g) Produkturako edo zerbitzurako merkataritzako banaketa-kanal eta modu egokiei buruzko txostenak egin ditu, beharrezkoak diren informatika-tresnak erabilia, banaketa-politikan erabakiak hartzeko.

h) Publizitate- eta sustapen-ekintzei buruzko txostenak egin ditu, beharrezkoak diren informatika-tresnak erabilia, komunikazio-politikan erabakiak hartzeko.

i) Marketin-planaren jarraipena egin du, definitutako helburuetan izan diren desbideratzeak hautemateko.

5.– Produktuak/zerbitzuak merkaturatzen eta merkaturatzean ezartzen laguntzen du, eta, horretarako, salmentak eta banaketa kudeatzen parte hartzen du kanal tradizionalen eta elektronikoen bitartez.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Marketin-planean, produktuaren edo zerbitzuaren txostenean, salmenta-sarean eta bezeroen datuetan erabilgarri dagoen informazioa antolatu du, produktu edo zerbitzu bat merkaturatzeko eta merkatuan ezartzeko.

b) Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzeko eta merkatuan iraunarazteko eta, hartara, lehiakideen aurrean marka-irudia indartzeko marketin- eta sustapen-ekintzak definitu ditu.

c) Produktua edo zerbitzua salmenta-sarean ezartzeko lanak koordinatu ditu, ezarritako merchandising-eko teknikak eta sustapen-estrategiak aplikatuta.

d) Produktuak edo zerbitzuak saltzeko ekintzak gauzatu ditu, salmenta- eta negozioazio-teknika egokiak aplikatuta.

e) Bezeroek edo erabiltzaileek aurkeztutako erreklamazioei erantzun eta konponbidea aurkitu die.

f) Jarraipen-prozesuak eta saldu ondoko zerbitzuak enpresak ezarritako irizpideen arabera kudeatu ditu.

g) Internet erabili du enpresaren eta haren produktuen publizitate-euskarri moduan.

h) Produktuen salmenta elektronikoak egin ditu denda birtualaren bitartez.

6.– Jarraitu beharreko merkataritza-estrategiak definitzen ditu, salmenta-indarra kudeatzen du eta saltzaileak koordinatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresaren merkataritza-jarduneko plana finkatzeko salmenta-jarduerei buruzko informazioa lortu du.

b) Txostenak egin ditu, bezeroen, saltzaileen, lehiakideen, produktuaren eta beste faktore batzuen datuak abiapuntu hartuta, merkataritza-estrategiei buruzko erabakiak errazago hartzeko.

c) Emaizak grafiko eta diagramen modura aurkezteko aukera ematen duten informatika-aplikazioak erabilia antolatu ditu datuak eta lortutako informazioa.

d) Negozio-aukera berriak hauteman ditu, merkatu-kuotak, joerak eta tasak kalkulatuta.

e) Salmenta-plana garatzeko beharrezkoak diren baliabide teknikoak eta giza baliabideak antolatu ditu.

f) Salmenta-planaren helburuak errazago betetzeko jarraitu beharreko estrategia, taktika eta portaerei buruzko informazioa eman dio saltzaile-taldeari.

g) Merkataritza-taldearen jarduera kontrolatzeko eta haren jarraipena egiteko sistemak ezarri ditu.

h) Merkataritza-taldearen helburuak eta salmenta-kuotak bete diren gainbegiratu du, behar iza-nez gero neurri zuzentzaileak hartzeko.

7.– Salgaien hornikuntzako eta biltegiatzeko prozesuak antolatzeke, kudeatzeko eta egiaztatzeke lanak garatzen ditu, eta, eginkizun horretan, salgaien osotasuna eta erabilgarri dauden espazio eta bitartekoen optimizazioa bermatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Materialak eta produktuak erosteko beharrak ezarri ditu, hornidura-gabeziako arazoak agertzea saihesteko.
- b) Materialak erosteko aginduak landu ditu, unea eta biltegiko xedea adierazita.
- c) Hornitzaileak hautatu ditu eta erosketaren baldintzak negoziatu ditu.
- d) Biltegiko stockak kudeatu ditu, eta haien hornikuntza eta bidalketa ziurtatu du.
- e) Biltegiko izakinak ekonomikoki baloratu ditu, kalkulu-metodo ohikoenak aplikatuta.
- f) Biltegiaren aurrekontua kudeatu eta kontrolatu du, eta kostuen esleipenetik datozen desbideratzeak identifikatu ditu.
- g) Biltegian egindako prozesuak gainbegiratu ditu, eta zerbitzuaren kalitatea hobetzeko sistemak eta langileak prestatzeko/birziklatzeko planak ezarri ditu.
- h) Biltegian produktuen izakinak eta erosketak kudeatzeko informatika-tresna egokiak erabili ditu.

8.– Enpresaren kudeaketa ekonomikoan eta finantzarioan parte hartzen du, jasotako argibideei jarraiki.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Aktiboak eskuratzeko eta berritzeko laguntza eta diru-laguntza publikoak lortzeari buruzko informazioa ematen duten erakundeak identifikatu ditu.
- b) Inbertsioak finantzatzeko finantza- eta kreditu-tresnarik ohikoenak identifikatu ditu, eta finantza-erakunde batean mailegu edo kreditu bat lortzeko prozedura kudeatu du.
- c) Produktu eta zerbitzuen salerosketa ordaintzearekin, kobratzearekin eta finantzatzearekin erlazionatutako kudeaketak egin ditu.
- d) Saldutako produktuak edo egindako zerbitzuak kobratzeko eta ordaintzeko dokumentuak, fakturak eta ordainagiriak egin eta kudeatu ditu, eta, horretarako, fakturatzeko merkataritza- eta zerga-arauak aplikatu ditu.
- e) Enpresan sortutako dokumentazioa antolatzeko, erregistratzeko eta artxibatzeko lanak garatu ditu.
- f) Faktura elektronikoak igortzeko eta hartzeko eskakizunak eta araudia interpretatu du, eta fakturazio elektronikoak ekartzen dituen abantailak eta onurak aztertu ditu.
- g) Kostuak kalkulatu ditu eta inbertsioen errentagarritasuna eta enpresaren kaudimena eta eraginkortasuna zehaztu ditu, erabilgarri dauden datu ekonomikoak eta kontabilitate-informazioa aztertuta.
- h) Enpresaren kontabilitate- eta zerga-prozesuan parte hartu du, eta, horretarako, indarrean dagoen merkataritza- eta zerga-araudia eta Kontabilitate Plan Orokorraren printzipioak eta arauak aplikatu ditu.
- i) BEZaren eta mozkinen gaineko zergen aldian behingo aitortpenak egin ditu, indarrean dagoen legeria betez.

APIRILAREN 22KO 342/2013 DEKRETUAREN III. ERANSKINA

GUTXIENeko ESPAZIOAK ETA EKIPAMENDUAK

1. atala.- Espazioak.

Prestakuntza espazioa	Azalera (m ²) 30 ikasle	Azalera (m ²) 20 ikasle
Balio anitzeko gela.	60	40
Merkataritzako eta marketineko gela teknikoa	90	60
Kanpo-erakusleihodun lantegi-ikasgela	100	75

2. atala.- Ekipamenduak.

Prestakuntza espazioa	Ekipamendua
Balio anitzeko gela.	Sarean instalatutako PCak, Internet konexioarekin, ikasleentzat. Irakaslearentzako PCa. Eskanerra. Inprimagailua. Ikasgelako altzariak. Proiektzio-kanoia. Proiektzio-pantaila. Ikus-entzunezko erreproduzigailua. Arbel elektronikoa. Datu-biltegiaragailuak, USB memoriak, disko gogor eramangarriak, CDak eta DVDak. Sistema eragileen lizentziak. Informatika-aplikazio orokorrak erabiltzeko lizentzia: testu-prozesadorea, kalkulu-orria, datu-basea, aurkezpenak, posta elektronikoa, argazki-ukituak, konpresoreak, suebakia, birusen aurkakoa, web-orrien editorea. Informatikako oinarritzko softwarea eta zikloko espezifikoa.
Merkataritzako eta marketineko gela teknikoa	Irakaslearen PCa, sarean integratua, Internetarako konexioarekin. Proiektzio-kanoia. Arbel elektronikoa. Sistema eragileen lizentziak. Informatikako oinarritzko softwarea eta zikloko espezifikoa. Datu-biltegiaragailu elektronikoak, USB memoriak, disko gogor eramangarriak, CDak eta DVDak. Funtzio anitzeko sareko inprimagailua. Saltokiko terminala (ST).

Prestakuntza espazioa	Ekipamendua
Kanpo-erakusleihodun lantegi-ikasgela	Obraz fabrikatutako erakusleihoa, edo zurezko nahiz konglomeratuzko taulaz egina, irekia (itxia edo erdi-itxia izateko aukerarekin), neurri minimo hauek dituena: 3 m luze, 1,20 m zabal eta 2,20 m garai. Kanpoan kokatuz gero, segurtasun-beira izango du. Barruan kokatzen bada, eta konglomeratuz egina bada, gurpil balaztadunez hornituta egotea komeni da, ikasgelan zehar mugitzeko. Erakusleihorearen argiztapena instalatzeko zirkuitu elektrikoa izango du. Erakusleihoa argiztatzeko fokuak: bertikalak, zorukoak eta sabaikoak. Maniki osoak (gizonezkoa eta emakumezkoa) eta gehigarriak, hala nola ileordeak, arropa eta osagarriak, besteak beste. Busto osoak (gizonezkoa eta emakumezkoa). Erakusleihok muntatzeko beharrezkoa den burdindegiko materialez hornitutako erreminta-kutxa: mailua, grapagailua, aliketak, bihurkinak, zulagailua eta bihurkin elektrikoa, besteak beste. Poliespanaren gisako materiala ebakitzeko zerra termikoa. Barne-erakusleio baxua, obratzkoa edo zurezko nahiz konglomeratuzko taulaz egina, dimentsio minimo hauek dituena: 1,5 m luze, 1,00 m zabal eta 0,40 m garai. Arropa-dendako edo moda-dendako apalategiak eta altzariak. Erakusmahaia, saltokiko terminala (ST) kokatzeko behar adinako tamainakoa. Saltokiko terminala (ST). Saltokiko terminala (ST) eta dagozkion osagarriak: tiket-inprimagailua, barra-kodeen irakurgailua, kutxa erregistratzailearen tiradera, bezeroentzako ikusgailua eta ukipen-pantaila. Besteak beste, opariak eta mugikorrak bezalako produktu txikiak erakusgai jartzeko beira-arasa. Supermerkatuko apalategiak, bi lineal eta haien artean korridorea osatzen dutela. Ikasleek, besteak beste, dekoratzeko, pintatzeko, muntatzeko eta ebakitzeko lanak egiteko moduko mahai zabalak. Ikasgelarako dekorazio espezifikoak, saltoki bat simulatzeko: dekorazio-pertsianak, sabaiko argiak, kartelak eta errotulu argidunak.

APIRILAREN 22KO 342/2013 DEKRETUAREN IV. ERANSKINA

IRAKASLEAK

1. atala.- Irakasleen espezialitateak eta irakasteko eskumena «Salmentak eta merkataritza-espazioak kudeatzea» heziketa-zikloko lanbide-moduluetan

Lanbide modulua	Irakasleen espezialitatea	Kidegoa
0926. Erakusleho-apainketa eta merkataritza-espazioen diseinua	• Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak
0927. Produktuak eta sustapenak salmenta-puntuak kudeatzea	• Merkataritza-antolaketa eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako irakasleak
0928. Salmenta-taldeen antolamendua	• Merkataritza-antolaketa eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako irakasleak
0929. Salmenta- eta negozio-irabazteko teknikak	• Merkataritza-antolaketa eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako irakasleak
0930. Marketin-politikak	• Merkataritza-antolaketa eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako irakasleak
0931. Marketin digitala	• Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak
0625. Biltegiratzeko logistika	• Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak
0626. Hornitzeko logistika	• Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak
0623. Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa	• Merkataritza-antolaketa eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako irakasleak
1010. Merkataritza-ikerketa	• Merkataritza-antolaketa eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako irakasleak
0179. Ingelesa	• Ingelesa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako irakasleak
0932. Salmentak eta merkataritza-espazioak kudeatzeko proiektua	• Merkataritza-antolaketa eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako irakasleak
	• Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak

Lanbide modulua	Irakasleen espezialitatea	Kidegoa
0933. Lan Prestakuntza eta Orientabidea	• Lan Prestakuntza eta Orientabidea	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako irakasleak
0934. Lantokiko prestakuntza	• Merkataritza-antolaketa eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako irakasleak
	Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak

edo araudian ager daitekeen beste edozein irakasle-espezialitate.

2. atala.- Titulazio baliokideak irakaskuntzaren ondorioetarako.

Kidegoak	Espezialitateak	Titulazioak
Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Irakaskuntzako irakasleak	Merkataritza-antolaketa eta -kudeaketa	Enpresa-zientzietan diplomaduna.
	Lan Prestakuntza eta Orientabidea	Enpresa-zientzietan diplomaduna. Lan-harremanetan diplomaduna. Gizarte-lanean diplomaduna. Gizarte-hezkuntzan diplomaduna. Kudeaketa eta Administrazio Publikoan diplomaduna.

edo araudian ager daitekeen beste edozein titulazio.

3. atala.- Titulua osatzen duten lanbide-moduluak emateko beharrezko titulazioak hezkuntzakoaz bestelako administrazioetako titulartasun pribatuko nahiz publikoko ikastetxeentzat.

Lanbide moduluak	Titulazioak
0926. Erakusleho-apainketa eta merkataritza-espazioen diseinua 0931. Marketin digitala 0625. Biltegiatzeko logistika 0626. Hornitzeko logistika 0932. Salmentak eta merkataritza-espazioak kudeatzeko proiektua	Lizentziaduna, ingeniaria, arkitektoa, edo dagokion mailako titulua edo beste zenbait titulu baliokide. Diplomaduna, ingeniari teknikoa edo arkitekto teknikoa edo dagokion mailako titulua edo beste zenbait titulu baliokide.
0927. Produktuak eta sustapenak salmenta-puntuak kudeatzea 0928. Salmenta-taldeentzako antolamendua 0929. Salmenta- eta negoziozko teknikak 0930. Marketin-politikak 0623. Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa 1010. Merkataritza-ikerketa 0179. Ingeles 0933. Lan Prestakuntza eta Orientabidea	Lizentziaduna, ingeniaria, arkitektoa, edo dagokion mailako titulua edo beste zenbait titulu baliokide.

edo araudian ager daitekeen beste edozein titulazio.

APIRILAREN 22KO 342/2013 DEKRETUAREN V. ERANSKINA

HEZKUNTZA SISTEMAREN ANTOLAMENDU OROKORRARI BURUZKO URRIAREN 3KO 1/1990
LEGE ORGANIKOAREN BABESEAN EZARRITAKO LANBIDE MODULUEN ETA HEZKUNTZARI
BURUZKO MAIATZAREN 3KO 2/2006 LEGE ORGANIKOAREN BABESEAN EZARRITAKOEN
ARTEKO BALIOZKOTZEAK

LOGSE Legean ezarritako heziketa zikloen barnean hartzen diren lanbide moduluak (LOGSE 1/1990)	Salmentak eta merkataritza espazioak kudeatzea heziketa zikloko lanbide moduluak (LOE 2/2006)
Merkataritza-ikerketa	1010. Merkataritza-ikerketa
Marketin-politikak	0930. Marketin-politikak
Merkataritzako logistika	0625. Biltegiatzeko logistika
Atzerriko hizkuntza (1)	0179. Ingelesa
Merkataritza-kudeaketako eta marketineko goi-mailako teknikariaren tituluko Lantokiko prestakuntza	0934. Lantokiko prestakuntza

(1) Eman den atzerriko hizkuntza ingelesa bada.

APIRILAREN 22KO 342/2013 DEKRETUAREN VI. ERANSKINA

KONPETENTZIA ATALEN ETA MODULUEN ARTEKO EGOKITASUNA (HORIEK BALIOZKOTZEKO), ETA LANBIDE MODULUEN ETA KONPETENTZIA ATALEN ARTEKO EGOKITASUNA (HORIEK EGIAZTATZEKO)

1. atala.- Kualifikazioei buruzko ekainaren 19ko 5/2002 Lege Organikoaren 8. artikuluan ezarritakoaren arabera egiaztatzen diren konpetentzia-atalen egokitasuna lanbide-moduluekin.

Konpetentzia atala	Lanbide modulua
UC0501_3: Merkataritza-espazioen ezarpena finkatzea. UC0504_3: Saltokian erakusleihoak muntatzeko lanak antolatzea eta gainbegiratzea.	0926. Erakusleiho-apainketa eta merkataritza-espazioen diseinua
UC0503_3: Merkataritza-espazioetan sustapen-ekintzak antolatzea eta kontrolatzea. UC0502_3: Salmenta-azaleran produktuen/zerbitzuen ezarpena antolatzea.	0927. Produktuak eta sustapenak salmenta-puntuan kudeatzea
UC1001_3: Salmenta-indarra kudeatzea eta saltzaile-taldea koordinatzea.	0928. Salmenta-taldean antolamendua
UC0239_2: Produktuak eta/edo zerbitzuak egun dauden merkaturatze-bideen bitartez saltzea. UC1000_3: Merkataritza-estrategiak eta jardunak definitzeko beharrezkoa den informazioa lortzea eta prozesatzea.	0929. Salmenta- eta negoziazio-teknikak
UC2185_3: Marketin-plana eta politikak definitzen eta haien jarraipena egiten laguntzea.	0930. Marketin-politikak
UC1014_3: biltegia aurreikusitako irizpideen eta jardura-mailen arabera antolatzea. UC1015_2: biltegiko eragiketak kudeatzea eta koordinatzea.	0625. Biltegitratzeko logistika
UC1003_3: Hornikuntza-plana prestatzen laguntzea. UC1004_3: Hornikuntza-programaren jarraipena eta kontrola egitea.	0626. Hornitzeko logistika
UC2183_3: Errepideko garraioaren jardura ekonomikoa eta finantzarioa kudeatzea.	0623. Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa
UC0993_3: Merkatuak ikertzeko beharrezkoak diren informazioa eta tresnak prestatzea. UC0997_3: Merkatuen ikerketa abiapuntu hartuta, aztertze eta ondorioak lortzeko lanetan laguntzea.	1010. Merkataritza-ikerketa

Oharra: Heziketa-ziklo honetan matrikulatutako pertsonen tituluaren barnean hartzen diren konpetentzia-atal guztiak 1224/2009 Errege Dekretuaren arabera egiaztatu badituzte –1244/2009 Errege Dekretua, uztailaren 17koa, lan-esperientziaren bitartez edo prestakuntza-bide ez-formalen bitartez eskuratutako lanbide-konpetentziak onartzeari buruzkoa–, «0931. Marketin digitala» lanbide-modulua baliozkotuta izango dute.

2. atala.- Egiaztatzeari begira titulu honetako lanbide-moduluei dagozkien konpetentzia-atalak honako hauek dira:

Lanbide modulua	Konpetentzia atala
0926. Erakusleio-apainketa eta merkataritza-espazioen diseinua	UC0501_3: Merkataritza-espazioen ezarpena finkatzea. UC0504_3: Saltokian erakusleioak muntatzeko lanak antolatzea eta gainbegiratzea.
0927. Produktuak eta sustapenak salmenta-puntuari kudeatzea	UC0503_3: Merkataritza-espazioetan sustapen-ekintzak antolatzea eta kontrolatzea. UC0502_3: Salmenta-azalera produktuen/zerbitzuen ezarpena antolatzea.
0928. Salmenta-taldearen antolamendua	UC1001_3: Salmenta-endarra kudeatzea eta saltzaile-taldea koordinatzea.
0929. Salmenta- eta negozio-eragile-erakundeak	UC0239_2: Produktuak eta/edo zerbitzuak egun dauden merkaturatze-bideen bitartez saltzea. UC1000_3: Merkataritza-estrategiak eta jardunak definitzeko beharrezkoa den informazioa lortzea eta prozesatzea.
0930. Marketin-politikak	UC2185_3: Marketin-plana eta politikak definitzen eta haien jarraipena egiten laguntzea.
0625. Biltegiatzeko logistika	UC1014_3: biltegia aurreikusitako irizpideen eta jardueren araberako antolatzea. UC1015_2: biltegiko eragileak kudeatzea eta koordinatzea.
0626. Hornitzeko logistika	UC1003_3: Hornikuntza-plana prestatzen laguntzea. UC1004_3: Hornikuntza-programaren jarraipena eta kontrola egitea.
0623. Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa	UC2183_3: Errepideko garraioaren jardura ekonomikoa eta finantzarioa kudeatzea.
1010. Merkataritza-ikerketa	UC0993_3: Merkatuak ikertzeko beharrezkoak diren informazioa eta tresnak prestatzea. UC0997_3: Merkatuen ikerketa abiapuntu hartuta, aztertze eta ondorioak lortzeko lanetan laguntzea.