

XEDAPEN OROKORRAK

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA ETA KULTURA SAILA

4685

399/2013 DEKRETUA, uztailaren 30ekoa, Merkataritza Jardueretako teknikariaren tituluari dago-kion curriculuma 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 oinarriko alderdiak ere.

Ekonomia iraunkorraren martxoaren 4ko 2/2011 Legeak eta Ekonomia iraunkorraren Legea osatzen duen martxoaren 11ko 4/2011 Lege Organikoak –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 jarraibideak, 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, gutxienez, hartuko du barnean, betiere Lanbide Heziketako tituluek produkzio-sistemaren beharrei eta hiritartasun demokratikoa egikaritzeko aukera emango duten balio pertsonal eta sozialei eraginkortasunez erantzuteko.

Azaroaren 18ko 1688/2011 Errege Dekretuak Merkataritza Jardueretako teknikariaren titulua ezarri eta haren gutxieneko irakaskuntzak zehazten ditu. Dekretu horrek ordeztu egiten du uztailaren 22ko 1655/1994 Errege Dekretua, Merkataritzako teknikariaren titulua arautzen zuena.

Bestetik, Hezkuntza-sistemako lanbide-heziketaren antolamendu orokorra ezartzen duen aurrez aipatutako 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 inspektioari kalterik egin gabe».

Bestalde, otsailaren 26ko 32/2008 Dekretuak, hezkuntza-sistemaren barruan, Lanbide Heziketaren antolamendu orokorra ezartzen du, Euskal Autonomia Erkidegoan.

Azaldutako aurrekarien arabera, dekretu honen helburua da Merkataritza Jardueretako teknikariaren tituluari dagozkion Lanbide Heziketako irakaskuntzetarako curriculuma ezartzea Euskal Autonomia Erkidegoan, betiere Merkataritza Jardueretako teknikariaren titulua ezarri eta gutxieneko irakaskuntzak finkatzen dituen azaroaren 18ko 1688/2011 Errege Dekretuaren babesean.

Merkataritza Jardueretako teknikariaren tituluaren 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-modulu 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 soziale-tatik 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 Kulturako sailburuaren proposamenez, Lanbide Heziketako Euskal Kontseiluak emandako txostena eta gainerako aginduzko txostenak aztertuta, Euskadiko Aholku Batzorde Juridikoaren arabera, eta Jaurlaritzaren Kontseiluak 2013ko uztailearen 30ean egindako bilkuran eztabaidatu eta onartu ondoren, hauxe

XEDATZEN DUT:

I. KAPITULUA

XEDAPEN OROKORRA

1. artikulua.– Xedea eta aplikazio-esparrua.

1.– Dekretu honek Merkataritza Jardueretako teknikariaren tituluari dagozkion Lanbide Heziketako irakaskuntzetarako curriculuma ezartzen du Euskal Autonomia Erkidegoan.

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.

Merkataritza Jardueretako teknikariaren titulua elementu hauek identifikatzen dute:

- Izena: Merkataritza-jarduerak.
- Maila: Erdi-mailako Lanbide Heziketa.
- Iraupena: 2.000 ordu.
- Lanbide-arloa: Merkataritza eta Marketina.
- Irakaskuntzaren Nazioarteko Sailkapen Normalizatuko erreferentea: INSN-3b.

3. artikulua.– Lanbide-profila.

1.– Titulu honen konpetentzia orokorra honetan datza: ondasunak eta zerbitzuak banatzeko eta merkaturatzeko jarduerak garatzea, eta saltoki txiki bat kudeatzea, betiere ezarritako kalitate- eta segurtasun-arauak aplikatuta, eta indarrean dagoen legeria errespetatuta.

2.– Konpetentzia profesionalak, pertsonalak eta sozialak.

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

a) Txikizkako merkataritza-negozio txiki bat norbere kontura martxan eta jardunean jartzeko eta bideragarri egiteko proiektuak egitea, eta horretarako behar diren baliabideak eskuratu eta lege- eta administrazio-betebeharrak konpliztea, legeak ezarritakoaren arabera.

b) Merkataritza-establezimendu txiki bat administratu eta kudeatzea, beharrezko diren jardue-rak eraginkortasunez eta errentagarritasunez betetzea, eta araudia betetzea.

c) Produktuak eta zerbitzuak merkaturatze-bide desberdinen bidez saltzea, bezero motarekin eta enpresak ezarritako irizpideekin bat datozen salmenta-teknika egokiak baliatuz.

d) Salgaiak biltegitratzeko lanak antolatzea behar bezala kontserbatuko direla bermatzeko bal-dintzen arabera, giza-baliabideak, baliabide materialak eta tokia optimizatuz, betiere ezarritako prozedurei jarraituz.

- e) Negozio txikiaren hornikuntza bermatzea, beharrezkoak diren erosketak aurreikusiz, betiere bezeroen edo kontsumitzaileen eskariei erantzun beharrak eskatzen duen zerbitzu-mailari eusteko.
- f) Produktu eta zerbitzuak merkaturatzen diharduten saltokietan animazio-jarduerak egitea eta merchandising-teknikak aplikatzea, betiere merkaturatze-planean ezarritako helburuekin bat etorriz.
- g) Merkataritza-elektronikoko ekintzak egitea, eta enpresaren web orria eta Internet bidezko komunikazio-sistema sozialak mantentzea, enpresak marketing digitaleko planean bilduta dituen merkataritza elektronikoko helburuak betetzeko.
- h) Merkataritza-saltokiaren kudeaketa komertzial eta administratiboa egitea, atazak eta lanak automatizatzeko hardware eta software egokia erabiliz.
- i) Merkataritza-antolakundeak marketing-planean zehaztutako ekintzak gauzatzea, eta honako alderdi hauek identifikatzea: bezeroek behar dituzten produktu eta zerbitzuak, prezioak finantzarakoan eragiten duten faktoreak, banaketa-bideak eta merkataritza-zuzendaritzak ezarritako helburuak betetzeko komunikazio-teknikak.
- j) Bezeroentzako arreta-planak gauzatzea, eta bezero, kontsumitzaile edo erabiltzaileen gogobetetze-maila bermatuko duen kalitate-zerbitzu bati eusteko informazio-sistema bat kudeatzea.
- k) Produktu eta zerbitzuen salmenta espezializatuak egitea, eta argudioak kasuan kasuko ezauzgarri berezien arabera egokitzea, merkataritza-zuzendaritzak ezarritako merkataritza-helburuak betetzeko.
- l) Bezero, erabiltzaile edo kontsumitzaileekiko harremanak ingelesez kudeatzea, eta, eman-dako zerbitzuaren maila egokia izan dela ziurtatzeko, eragiketen jarraipena egitea.
- m) Produkzio-prozesuetako aldaketa teknologikoen eta antolamenduko onduko lan egoera berrietara egokitzea, «bizialdi osoko ikaskuntzarako» dauden baliabideak eta informazioaren eta komunikazioaren teknologiak erabilita, jakintzak eguneratzeko.
- n) Dagokion kompetentziaren esparruan erantzukizunez eta autonomiaz jardutea, eta esleitutako lana antolatzea eta garatzea, lan-ingurunean beste profesional batzuekin talde-lanean edo lankidetzan jardunez.
- ñ) Bere jarduerari dagozkion gorabeherak arduraz konpontzea, horien sorburuak identifikatuz, bere gaitasunaren eta autonomiaren esparruan.
- o) Eraginkortasunez komunikatzea, bere lanaren esparruan esku hartzen duten pertsonen autonomia eta kompetentzia errespetatuz.
- p) Produkzio-prozesuan laneko arriskuen prebentziorako eta ingurumen-babeserako neurriak eta protokoloak aplikatzea, pertsonen, lan-ingurunearen eta ingurumenaren gaineko kalteak saihestearren.
- q) Produkzioko edo zerbitzugintzako prozesuetan bildutako lanbide-jardueretan, kalitate-prozedurak, irisgarritasun unibertsalekoak eta «denontzako diseinukoak» aplikatzea.
- r) Enpresa txiki bat sortu eta abiarazteko oinarrizko kudeaketa egitea, eta dagokion lanbide-jardueran ekimena izatea.

s) 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 kompetentzia-atalen zerrenda:

– Osatutako lanbide-kualifikazioa:

a) Salmenta-jarduerak. COM085_2. (295/2004 Errege Dekretua, otsailaren 20koa). Kompetentzia-atal hauek hartzen ditu barnean:

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

UC0240_2: Salmentaren jarduera osagarriak egitea.

UC0241_2: Bezeroarentzako/kontsumitzailearentzako/erabiltzailearentzako arreta-zerbitzua-ren ekintzak gauzatzea.

– Osatu gabeko lanbide-kualifikazioak:

a) Saltoki txikiaren kudeaketa-jarduerak. COM631_2. (889/2011 Errege Dekretua, ekainaren 24koa). Kompetentzia-atal hauek hartzen ditu barnean:

UC2104_2: Kalitateko saltoki txiki bat bultzatzea eta kudeatzea.

UC2105_2: Saltoki txiki bateko salmenta-puntua antolatzea eta animatzea.

UC2106_2: Saltoki txikiaren erantzun- eta hornikuntza-ahalmena bermatzea.

b) Biltegiak antolatzea eta kudeatzea. COM318_3. (109/2008 Errege Dekretua, otsailaren 1ekoa). Kompetentzia-atal hau hartzen du barnean:

UC1015_2: Biltegiko eragiketak kudeatzea eta koordinatzea.

c) Higiezin merkataritza-kudeaketa. COM650_3. (1550/2011 Errege Dekretua, urriaren 31koa). Kompetentzia-atal hau hartzen du barnean:

UC0811_2: Produktu higiezin salmenta eta zabalkundea egitea, hainbat merkaturatze-bidere bitartez.

4. artikulua.– Lanbide-ingurunea.

1.– Lanbide-figura honetan jarduten dutenek edozein produkzio-sektoretan egingo dute lan, merkaturatze-arloan edo saltokietako ataletan, produktuak eta zerbitzuak hainbat merkaturatze-bidere bitartez saltzeko jarduerak egiten edo beren saltokia antolatzeko eta kudeatzeko funtzioak betetzen.

Saltoki edo denda tradizional txiki bat kudeatzen duten norberaren konturako langileak dira, edo besteren konturako langileak, edozein enpresa edo antolakundetako merkaturatze sailetan edo ataletan lan egiten dutenak, hainbat azpisektoretan:

– Saltoki txiki, ertain edo handietan besteren kontura lan egiten du merkataritza-ataletan.

– Produktuak eta zerbitzuak norberaren eta besteren kontura merkaturatzen, saltokitik kanpo.

– ETE-en eta industria-enpresen merkataritza-sailean.

– Erakunde publikoetako bezeroarentzako/kontsumitzailearentzako/ erabiltzailearentzako arreta-sailean.

– Industria- eta merkataritza-enpresa handi eta ertainetan.

– Txikizkako merkataritzaren sektorean.

2.– Zeregin eta lanpostu aipagarrienak hauek dira:

Saltzailea.

Saltzaile teknikoa.

Merkataritzako ordezkaria.

Merkataritzako orientatzailea.

Sustatzailea.

Telesaltzailea.

Urrutiko salmenta.

Teleoperadorea (call center).

Bezeroarentzako informazioa/arreta.

Kutzazaina/birjartzailea.

Deiguneko (contact-center) operadorea.

On line edukien administratzailea.

Dendako saltzailea.

Saltoki txikiko kudeatzailea.

Stocken eta biltegiaren kudeaketako teknikaria.

Biltegiburua.

Salgaien harrerako arduraduna.

Salgaien bidalketako arduraduna.

Biltegien logistikako teknikaria.

Enpresetako bezeroaren informazioko/arretako teknikaria.

III. KAPITULUA

HEZIKETA ZIKLOAREN IRAKASGAIK, ESPAZIOAK ETA EKIPAMENDUAK, ETA IRAKASLEAK

5. artikulua.– Heziketa-zikloaren irakasgaiak.

1.– Heziketa-zikloaren helburu orokorrak:

a) Txikizkako merkataritza-negozio txikiak sortzeko ekimenak biltzea eta horretarako aukerak bilatzea, jardun-ingurunearen gaineko eragina baloratuta eta balio etikoak gaineratuta, txikizkako merkataritza-negozioak norberaren kontura ezartzeko bideragarritasun-proiektuak egiteko.

b) Txikizkako negozio txiki bat abian jartzeko beharrezkoak diren baliabide ekonomikoen ezaugarriak eta zenbatekoa mugatzea, dendaren ezaugarriak eta eskainitako produktuak kontuan hartuta.

c) Salerosketa-eragiketak eta kobratzeko eta ordaintzekoak aztertzea, eta bitarteko konbentzionalak edo elektronikoko erabiltzea saltoki txiki bat administratzeko eta kudeatzeko.

d) Bezeroen eskaerak konparatzea eta ebaluatzea, merkaturatze-bide bakoitzaren bitartez, haien produktu eta/edo zerbitzuen beharrei erantzunez eta asez, produktu eta/edo zerbitzuen salmenta egiteko.

e) Jarraipen-prozesuak eta saldu ondokoak identifikatzea, eta bezeroek aurkeztutako erreklamazioei erantzutea eta konponbidea aurkitzea, produktu eta zerbitzuen salmenta egiteko.

f) Salgaiak biltegian hartzeko, kokatzeko eta bidaltzeko zereginak ezagutzea, horretarako baliabide materialak eta giza baliabideak esleitzea, salgaien stockak kontrolatzea eta segurtasun- eta higiene-alorrean indarrean dagoen araudia aplikatzea, salgaiak biltegitratzeko eragiketak antolatzea.

g) Eskari-aurreikuspenen eta hornitzaileei egindako erosketen datuak pilatzea eta prozesatzea, informazioaren eta komunikazioaren teknologiak erabilia, negozio txikiaren hornikuntza bermatzeko.

h) Hornitzaile onenak identifikatzea eta hautatzea, eta eskaintzak eta hornidura-baldintzak negoziatzea, bezeroen edo kontsumitzaileen eskariaren arabera ezarritako zerbitzu-maila mantentzeko beharrezkoak diren erosketak egiteko.

i) Denda-irudia sortzea, saltokiaren kanpoko eta barneko elementuak merkataritza-irizpideen arabera konbinatuta, produktuak eta zerbitzuak merkaturatzen diharduten saltokietan salmenta puntua animatzeko jarduerak egiteko.

j) Salmenta-politikak eta bezeroen leialtasuna lortzekoak aztertzea, eta produktu-aukeraren erakusketa eta sustapena antolatzea, produktuak eta zerbitzuak merkaturatzen diharduten saltokietan salmenta-puntua animatzeko jarduerak egiteko.

k) Datuak hautatzea eta enpresaren web orrian sartzeko, hura mantentzea eta posizionamendua, erabilerraztasuna eta ahalik eta pertsuasiorik handiena bilatzea merkataritza elektronikoko ekintzak egiteko.

l) Sareko beste erabiltzaile batzuekiko harremanak sustatzea, eta, horretarako, sare sozialetan marketin digitaleko estrategiak erabiltzea, merkataritza elektronikoko ekintzak egiteko.

m) Merkataritza-sektorean erabili ohi diren informatika-programen ezaugarriak ezagutzea, eta dokumentu eta material informatikoak prestatzea, saltokiaren merkataritza- eta administrazio-kudeaketa egiteko.

n) Merkataritza-enpresaren merkaturatzea eta ingurunea identifikatzea, merkataritza-prozesuan esku hartzen duten agenteen informazioa lortzea eta antolatzea, eta merkataritza-antolakundeak marketin-planean definitutako marketin-ekintzak gauzatzeko marketin-politika egokiak aplikatzea.

ñ) Bezeroa informatzeko ekintzak hautatzea, arduraz eta adeitasunez aholku ematea eta, hala badagokio, aurkeztutako kexak eta erreklamazioak kudeatzea, bezeroarentzako arreta-planak gauzatzeko.

o) Merkataritza-azpisektore bakoitzaren ezaugarri bereizleak zehaztea, eta produktuak eta/edo zerbitzuak marketin-teknika egokien bidez eskaintzea, produktu eta zerbitzuen salmenta espezializatuak egiteko.

p) Ingeleseko adierazpenak eta komunikazio-arauak identifikatzea, bai ahoz eta bai idatziz, bezeroekiko, erabiltzaileekiko edo kontsumitzaileekiko harremanak ingelesez kudeatzeko.

q) Bizialdi osoko ikaskuntzarako dauden baliabideak, eta komunikazio- eta informazio-teknologiak aztertu eta erabiltzea; ikasteko eta ezagupenak eguneratzeko, hobekuntza profesional eta pertsonalerako aukerak antzemanda, eta hainbat egoera profesionaletara eta lanekoetara egokitzeke.

r) Talde-lanak garatzea eta haien antolamendua baloratzea, tolerantziaz eta errespetuz parte hartuz, eta erabaki kolektiboak edo bakarkakoak hartzea, erantzukizunez eta autonomiaz jarduteko.

s) Sormenezko irtenbideak hartu eta balioestea lan-prozesuak garatzean sortzen diren arazo eta gorabeheren aurrean, dagokion jardueran izaten diren gertakariak erantzukizunez ebazteko.

t) Komunikazio-teknikak aplikatzea, zabaldu beharreko edukietara, horien helburura eta hartzailen ezaugarrietara egokituta; prozesuaren eraginkortasuna ziurtatzeko.

u) Lanbide-jarduerarekin lotutako ingurumen- eta lan-arriskuak aztertzea, eta horien sorburuekin lotzea, hartu beharreko prebentzio-neurriak oinarritzeko eta dagozkion protokoloak aplikatzeko, nork bere buruari, inguruneari eta ingurumenari kalterik ez egitearren.

v) Irisgarritasun unibertsalari eta «denontzako diseinuari» erantzuteko beharrezkoak diren teknikak aplikatzea eta aztertzea.

w) Ikasteko prozesuan lanaren kalitate-prozedurak eta erreferentziako produkzio-sektorearenak hobetzeko beharrezkoak diren teknikak aplikatzea eta aztertzea.

x) Kultura ekintzailearekin, enpresakoarekin eta ekimen profesionalekoarekin erlacionatutako prozedurak erabiltzea, enpresa txiki baten oinarritzko kudeaketa egiteko edo lan bati ekiteko.

y) 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) Merkataritza-jarduerako marketina
- b) Saltoki txiki baten kudeaketa.
- c) Biltegiko teknikak.
- d) Erosketen kudeaketa.
- e) Salmenta teknikoak.
- f) Salmenta-puntuaren dinamizazioa.

- g) Salmenta-prozesuak.
- h) Merkataritzarako informatika-aplikazioak.
- i) Merkataritza-arretako zerbitzuak.
- j) Merkataritza elektronikoa.
- k) Ingelesa.
- l) Laneko prestakuntza eta orientabidea.
- m) 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 araberako egokitu ahal izango da moduluen ordu-esleipena eta moduluak zein kurtso-tan emango diren, dekretu honen 10. 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 modulua, 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 kompetentziak lortzeko gutxienezko 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. paragrafoan 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 –ikaskuntzaren 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.– Beste ikasketa batzuetarako sarbideak eta lotura.

1.– Merkataritza Jardueretako teknikariaren tituluak aukera ematen du erdi-graduko edozein heziketa-ziklotara zuzenean sartzeko, betiere horretarako ezartzen diren onarpen-baldintzetan.

2.– Merkataritza Jardueretako teknikariaren tituluak aukera ematen du, halaber, lanbide-arlo bereko goi-mailako heziketa-ziklo guztietan sartzeko, betiere Hezkuntza-sistemako lanbide-heziketaren antolamendu orokorra ezartzen duen uztailaren 29ko 1147/2011 Errege Dekretuan ezarritako baldintzen arabera, eta proba bidez edo berariazko ikastaro bat gaindituta; baita beste heziketa-ziklo batzuetan sartzeko ere, eskatutako zikloetarako lotura ematen duen batxilergoaren modalitate berekoak direnean.

3.– Azkenik, Merkataritza Jardueretako teknikariaren tituluak aukera ematen du batxilergoko edozein modalitatetan sartzeko, Hezkuntzari buruzko maiatzaren 3ko 2/2006 Lege Organikoaren 44.1 artikuluan eta Hezkuntza-sistemako lanbide-heziketaren antolamendu orokorra ezartzen duen uztailaren 29ko 1147/2011 Errege Dekretuaren 34. artikuluan xedatutakoaren arabera.

9. 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-kompetentziak aintzat hartzeko uztailaren 17ko 1224/2009 Errege Dekretuan ezarritako prozeduraren bitartez, titulu honetan barnean hartzen diren kompetentzia-atal guztiak egiaztatu dituztenek Laneko prestakuntza eta orientabidea modulua baliozkotzea eskatu ahal izango dute, baldin eta:

– Urtebeteko lan-esperientzia, gutxienez, egiaztatzen badute.

– Jarduera prebentiboaren oinarrizko funtzioak betetzeko ezarritako prestakuntzaren egiaztatzea badute –Prebentzio-zerbitzuen erregelamendua onartzen duen urtarrilaren 17ko 39/1997 Errege Dekretuan xedatutakoaren arabera emandako egiaztatzea izango da–.

5.– Merkataritza Jardueretako teknikariaren tituluaren irakaskuntzako lanbide-moduluen eta kompetentzia-atalen arteko egokitasuna –horiek baliozkotzeko edo salbuesteko– eta titulu honetako lanbide-moduluen eta kompetentzia-atalen arteko egokitasuna –horiek egiaztatzeko– VI. eranskinean jasotzen dira.

10. artikulua.– Urrutiko eskaintza eta bestelako modalitateak.

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

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 Finantzatzeari buruzko abuztuaren 4ko 14/1970 Lege Orokorreko teknikari espezialistaren tituluak azaroaren 18ko 1688/2011 Errege Dekretuan ezarritako Merkataritza Jardueretako teknikariaren tituluaren ondorio profesional berberak izango dituzte. Hona aipatutako tituluak:

Komertziala, Administrazio eta Merkataritzako adarra.

Barne Merkataritzako laguntzailea, Administrazio eta Merkataritzako adarra.

Komertzial laguntzailea, Administrazio eta Merkataritzako adarra.

Harrerako Zerbitzuak eta Zerbitzu Turistikoak, Ostalaritza eta Turismoko adarra.

2.– Uztailaren 22ko 1655/1994 Errege Dekretuak ezarritako Merkataritzako teknikariaren tituluak eta azaroaren 18ko 1688/2011 Errege Dekretuak ezartzen duen Merkataritza Jardueretako teknikariaren tituluak ondorio profesional eta akademiko berberak izango dituzte.

3.– Laneko prestakuntza eta orientabidea lanbide-modulurako dekretu honetan ezarritako prestakuntzak trebatu egiten du laneko arriskuen prebentzioko oinarriko mailako jardueretarako urtarrilaren 17ko 39/1997 Errege Dekretuan ezarritako lanbide-erantzukizunez arduratzeko, baldin eta gutxienez 45 eskola-ordu ematen badira. Errege-dekretu horrek prebentzio-zerbitzuen araudia onartzen du.

BIGARREN XEDAPEN GEHIGARRIA

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

AZKEN XEDAPENA.– Indarrean jartzea.

Dekretu hau Euskal Herriko Agintaritzaren Aldizkarian argitaratu, eta biharamunean jarriko da indarrean.

Vitoria-Gasteizen, 2013ko uztailaren 30ean.

Lehendakaria,
IÑIGO URKULLU RENTERIA.

Hezkuntza, Hizkuntza Politika eta Kulturako sailburua,
CRISTINA URIARTE TOLEDO

UZTAILAREN 30EKO 399/2013 DEKRETUAREN I. ERANSKINA

LANBIDE MODULUEN ZERRENDA, ORDU ESLEIPENA ETA KURTSOA

Kodea	Lanbide modulua	Ordu esleipena	Kurtsoa
1226	1. Merkataritza-jarduerako marketina	165	1
1227	2. Saltoki txiki baten kudeaketa	168	2
1228	3. Biltegiko teknikak	99	1
1229	4. Erosketen kudeaketa	99	1
1230	5. Salmenta teknikoak	126	2
1231	6. Salmenta-puntuaren dinamizazioa	147	2
1232	7. Salmenta-prozesuak	165	1
1233	8. Merkataritzarako informatika-aplikazioak	165	1
1234	9. Merkataritza-arretako zerbitzuak	84	2
1235	10. Merkataritza elektronikoa	132	1
0156	11. Ingelesa	165	1
1236	12. Laneko prestakuntza eta orientabidea	105	2
1237	13. Lantokiko prestakuntza.	380	2
	Zikloa, guztira	2.000	

UZTAILAREN 30EKO 399/2013 DEKRETUAREN II. ERANSKINA

LANBIDE MODULUAK: IKASKUNTZAREN EMAITZAK, EBALUAZIO IRIZPIDEAK ETA EDUKIAK

1. lanbide-modulua: Marketing en la actividad comercial

Kodea: 1226

Kurtsoa: 1

Iraupena: 165 ordu

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Marketinaren kontzeptua eta merkataritza-jardueran duen erabilgarritasuna identifikatzen du, eta enpresa eta antolakundeetan betetzen dituen funtzio nagusiak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Marketin terminoaren adierak konparatu ditu.
- b) Marketinak irabazi-asmorik gabeko enpresa, antolakunde eta erakundeetan betetzen dituen funtzioak zehaztu ditu.
- c) Marketin mota bakoitzaren xehetasunak eman ditu, eta haien ezaugarri bereizleak aztertu ditu.
- d) Marketing mix-eko tresnak ezaugarritu ditu, eta haien osagai nagusiak aztertu ditu.
- e) Enpresek merkataritza-jarduerari eman diezazkioketen ikusmoldeak bereizi ditu, eta haien abantailak eta eragozpenak aztertu ditu.
- f) Marketin Saila antolatzeko moduak kontuan hartu ditu, enpresaren tamainaren, jarduera motaren eta jarduten duen merkatuaren arabera.
- g) Informazioaren eta komunikazioaren teknologia berrien aplikazioari zor zaizkion marketineko joera berriak aztertu ditu.

2.– Merkatua eta enpresaren ingurunea ezaugarritzen ditu, eta haiek osatzen dituzten faktore nagusiak eta marketin-ekintzen aplikazioan duten eragina aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkatuaren kontzeptua, haren osagaiak, egitura eta funtzionamendua identifikatu ditu.
- b) Merkatuak hainbat irizpideren arabera konparatu ditu.
- c) Merkatuaren mugak identifikatu ditu, lurralde-izaera dutenak, kontsumitzaileen ezaugarriei zor zaizkienak eta produktua erabiltzearen ondorio direnak.
- d) Enpresaren ingurunea identifikatu du, eta mikroingurunearen eta makroingurunearen faktoreak eta marketin-politiken aplikazioaren gaineko eragina aztertu ditu.
- e) Merkatuak segmentatzeko teknikak aplikatu ditu merkatua kontsumitzaile homogeneoen hainbat multzotan zatitzeko, eta haien helburuak, baliagarritasuna eta aplikatu daitezkeen segmentazio-irizpideak aztertu ditu.

f) Enpresa batek marketin-politikak aplikatzerakoan har ditzakeen segmentazio-estrategiak bereizi ditu.

g) Kontsumitzailearen erosteko erabakiaren prozesua interpretatu du, eta prozesu horren faseak eta bertan eragina duten aldagaiak aztertu ditu.

h) Kontsumitzailearen erosteko portaeran eragina duten barneko eta kanpoko determinatzaileak bereizi ditu.

3.– Merkataritza-ikerketako prozesua eta marketineko informazio-sistema zehazten ditu, eta haiek garatzeko aplikatu daitezkeen teknikak eta prozedurak aztertu ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresek erabakiak hartzeko eta merkataritza-politikak diseinatzeko eta aplikatzeko duten informazio-beharra egiaztatzen du.

b) Informazioa sailkatu du, datuen izaera, jatorria eta erabilgarritasuna bezalako irizpideak kontuan hartuta.

d) Marketineko informazio-sistema (MIS) deskribatu du, eta hura osatzen duten azpisistemak eta horietariko bakoitzak garatzen dituen funtzioak bereizi ditu.

e) Merkataritza-ikerketako prozesua deskribatu du, eta haren faseak edo etapak identifikatu ditu.

f) Datuak lortzeko aukera ematen duten barneko eta kanpoko, lehen mailako eta bigarren mailako informazio-iturriak bereizi ditu.

g) Bigarren mailako informazio-iturriak identifikatu ditu, eta datuak lortzeko eta tratatzeko prozedurak aztertu ditu.

h) Lehen mailako informazio-iturriak identifikatu ditu, eta datuak lortzeko aplikatu daitezkeen ikerketa kualitatibo eta kuantitatiboko teknikak aztertu ditu.

i) Enpresarentzat garrantzizkoa den informazioa lortzeko, tratatzeko, analitzatzeko eta artxibatzeko informatika-aplikazioak erabili ditu.

4.– Produktuari edo zerbitzuari aplikatu dakizkiokeen politikak definitzen ditu, eta hura bezeroen beharretara eta profilerara eta merkatuko joeretara egokitzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

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

b) Enpresak merkaturatzen dituen produktuen/zerbitzuen eta haien lerro, familia eta erreferentzien datu-base bat landu du, eta produktu bakoitzari buruzko informazio garrantzitsua sartu du bertan.

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

d) Produktu baten bizi-zikloa sekuentziatu du, eta igarotzen dituen etapak eta fase bakoitzean aplikatu daitezkeen marketin-ekintzak aztertu ditu.

e) Produktu edo zerbitzuen datu-baseak eguneratu ditu, eta horretarako informazioa saltzailleengandik, banatzaileengandik eta dendetatik edo bezero-taldeengandik bildu du.

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

g) Produktuei, zerbitzuei edo produktu-lerroei buruzko txostenak egin ditu, informatika-aplikazio egokia erabilia.

5.– Produktuaren/zerbitzuaren salmenta-prezioa finkatzeko metodoa zehazten du, kostuak, merkataritzako marjina, lehiakideen prezioak, bezeroaren balio-pertzepzioa eta prezioan eragina duten beste faktore batzuk kontuan hartuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Produktu baten salmenta-prezioan eragina duten faktoreak identifikatu ditu, fabrikazio- eta banaketa-kostuak, komisioak, marjinak, bizi-zikloa, lehiakideen prezioak eta bezero mota kontuan hartuta, besteak beste.

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

c) Produktuaren salmenta-prezioa kalkulatu du, fabrikazio- eta banaketa-kostuak abiapuntu hartuta, merkataritzako marjina jakin bat aplikatuta.

d) Fabrikazio- eta banaketa-kostuetan izandako aldakuntza batek produktuaren azken salmenta-prezioaren gainean duen eragina aztertu du.

e) Produktuaren merkataritzako marjina gordina kalkulatu du, guztizko kostuaren osagaiak, lokagunea eta merkatuaren joera aztertuta.

f) Produktuaren salmenta-prezioan izandako aldakuntzek salmenten gainean duten eragina zehaztu du, produktuaren eskariaren elastikotasuna aztertuta.

g) Merkaturatzen den produktuaren edo zerbitzuaren prezioa lehiakideenekin konparatu du, eta prezioen arteko aldean zergatikoak aztertu ditu.

h) Prezio-politikan estrategiak definitu ditu, kostuak, produktuaren bizi-zikloa, lehiakideen prezioak, eta bezeroen balio-pertzepzioa eta erosteko arrazoiak kontuan hartuta.

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

6.– Produktua edo produktu-lerroa banatzeko kanala eta modua hautatzen du, esku hartzen duten bitartekari motak eta garatzen dituzten funtzioak kontuan hartuta.

Ebaluazio-irizpideak:

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

b) Hainbat salmenta-modu identifikatu ditu, sektorearen, produktu motaren eta bezero motaren arabera, eta salmenta tradizionala, autozerbitzua eta dendarik gabeko salmenta bereizi ditu.

c) Merkataritzako banaketa-kanalak ezagutu ditu, esku hartzen duten bitartekari kopurua eta mota eta betetzen dituzten funtzioak kontuan hartuta.

d) Merkataritza-banaketaren hainbat egitura eta modu konparatu ditu, kanalaren mailak eta bitartekari kopurua eta mota kontuan hartuta.

e) Produktuaren banaketa-kostua kalkulatu du, garraio-kostuak, aseguruak, biltegiatzea, komisiok, marjinak eta finantza-kostuak kontuan hartuta.

f) Hainbat produktu banatzeko izan litezkeen estrategiak konparatu ditu, kanal egokiena hautatzeari begira, eta on line banatzeko aukera baloratu du.

g) Produktuaren fabrikatzailearen eta banatzaileen arteko harremana formalizatzeko merkataritzako bitartekotzako hainbat kontratu mota bereizi ditu.

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

7.– Enpresaren edo antolakundearen komunikazio-politika osatzen duten ekintzak eta teknikak identifikatzen ditu, eta horietariko bakoitzaren funtzioak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresa bateko komunikazioaren mix-a osatzen duten ekintza motak bereizi ditu, eta haien xedea aztertu du.

b) Komunikazio-politikaren helburuak ezarri ditu, helburuko publikoaren eta enpresa-estrategien arabera.

c) Publizitatearen funtzioak eta bitarteko eta euskarri ohikoenak ezaugarritu ditu.

d) Enpresa edo antolakunde bateko harreman publikoen politikaren barruan aplika daitezkeen ekintzak ezaugarritu ditu.

e) Banaketa-enpresek gehien erabiltzen dituzten salmentak sustatzeko teknikak identifikatu ditu.

f) Merchandising-aren funtzioak zehaztu ditu, eta aplika daitezkeen teknika motak identifikatu ditu.

g) Salmenta pertsonala ezaugarritu du, eta haren helburuak eta berehala erantzuteko merkataritzako komunikazio-tresna gisa bereizten duten ezaugarriak azaldu ditu.

h) Zuzeneko marketineko teknika erabilienak identifikatu ditu.

i) Produktu bat merkaturatzeko edo merkatuan iraunarazteko komunikazio- eta sustapen-ekintza egokienak hautatu ditu.

8.– Merkataritza-plangintzako prozesua sekuentziazten du, eta marketin-planaren faseak edo etapak identifikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresako merkataritza-plangintzaren funtzioak eta marketin-planaren erabilgarritasuna eta edukia identifikatu ditu.

b) Marketin-plana lantzeko prozesuaren etapak edo faseak ezarri ditu.

c) Marketin-plana lantzeko aztertuko diren datuak edo oinarritzko informazioa ezarri ditu.

d) Helburu jakin batzuk finkatu ditu, eta horiek erdiesteko marketin-estrategia egokienak aztertu ditu.

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

f) Marketin-planeko politiken jarraipena egiteko eta haien kontrolatzeko prozedurak aurreikusi ditu, eta, horretarako, besteak beste enpresako sailetatik, saltzaileengandik eta banatzaileengandik lortu du beharrezkoa den informazioa.

g) Lortutako emaitzak aurreikusitako helburuekin konparatu ditu.

h) Marketin-plana kontrolatzeko eta ebaluatzeko txostenak egin ditu.

B) Edukiak:

1.– Marketinaren kontzeptua eta funtzioak identifikatzea.

«Marketin» terminoaren adierak konparatzea.

Marketinak irabazi-asmorik gabeko enpresa, antolakunde eta erakundeetan betetzen dituen funtzioak zehaztea.

Marketin mota bakoitza deskribatzea, eta haien ezaugarri bereizleak aztertzea.

Marketing mix-eko tresnak ezaugarritzea, eta haien osagai nagusiak aztertzea.

Enpresek merkataritza-jarduerari eman diezazkioketen ikusmoldeak bereiztea, eta haien abantailak eta eragozpenak aztertzea.

Marketin Saila antolatzeko moduak aztertzea, enpresaren tamainaren, jarduera motaren eta jarduten duen merkatuaren arabera.

Informazioaren eta komunikazioaren teknologia berrien aplikazioari zor zaizkion marketineko joera berriak aztertzea.

Marketinaren kontzeptua eta edukia.

Kontzeptuaren jatorria eta bilakaera.

Marketinak enpresan eta ekonomian dituen funtzioak.

Marketin motak.

Marketing mix-eko tresnak eta politikak.

Marketina enpresaren kudeaketan.

Enpresaren merkataritza-jardueraren orientazioa.

Enpresa baten Marketin Sailaren antolamendua, hainbat irizpide kontuan hartuta. Egitura eta organigramak.

Marketinaren egungo joerak. Teknologia berrien aplikazioa. Marketina Interneten.

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

Norberaren eta besteen trebetasun-mailak aintzatestea eta balioestea.

Interesa izatea norberaren deiera- eta lanbide-orientazioko estrategia lantzeko.

2.– Merkatua eta enpresaren ingurunea ezaugarritzea.

Merkatuaren kontzeptua, haren osagaiak, egitura eta funtzionamendua identifikatzea.

Merkatuen sailkapena hainbat irizpideren arabera.

Merkatuaren mugak identifikatzea, lurralde-izaera dutenak, kontsumitzaileen ezaugarriei zor zaizkienak eta produktua erabiltzearen ondorio direnak.

Enpresaren ingurunea identifikatzea, eta mikroingurunearen eta makroingurunearen faktoreak eta marketin-politiken aplikazioaren gaineko eragina aztertzea.

Merkatuak segmentatzeko teknikak aplikatzea merkatua kontsumitzaile homogeneoen hainbat multzotan zatitzeko, eta haien helburuak, baliagarritasuna eta aplika daitezkeen segmentazio-irizpideak aztertzea.

Enpresa batek marketin-politikak aplikatzerakoan har ditzakeen segmentazio-estrategiak bereiztea.

Kontsumitzailearen erosteko erabakiaren prozesua interpretatzea, eta prozesu horren faseak eta bertan eragina duten aldagaiak aztertzea.

Kontsumitzailearen erosteko portaeran eragina duten barneko eta kanpoko determinatzaileak bereiztea.

Merkatua. Merkatuaren kontzeptua, ezaugarriak eta elementuak. Merkatuaren funtzioak. Merkatuaren mugak.

Merkatuen sailkapena hainbat irizpideren arabera.

Merkatuaren egitura: egungo merkatua eta merkatu potentziala.

Ingurunea eta enpresaren marketinaren gaineko eragina.

Mikroingurunearen faktoreak.

Makroingurunearen aldagaiak.

Merkatuaren segmentazioa. Kontzeptua eta helburuak. Segmentazio-irizpideak.

Kontsumitzailearen portaeraren azterketa.

Azken kontsumitzailearen erosteko erabakiaren prozesua.

Erosteko portaeraren barne-determinatzaileak.

Erosteko portaeraren kanpo-determinatzaileak.

Industria-kontsumitzailearen erosteko erabakiaren prozesua.

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

Norberaren eta besteen trebetasun-mailak aintzatestea eta balioestea.

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

3.– Merkataritza-ikerketako prozesua eta marketineko informazio-sistemak (MIS) zehaztea.

Enpresek erabakiak hartzeko eta merkataritza-politikak diseinatzeko eta aplikatzeko duten informazio-beharra egiaztatzea.

Informazioa sailkatzea, datuen izaera, jatorria eta erabilgarritasuna bezalako irizpideak kontuan hartuta.

Marketineko informazio-sistema (MIS) deskribatzea, eta hura osatzen duten azpisistemak eta horietariko bakoitzak garatzen dituen funtzioak bereiztea.

Merkataritza-ikerketako prozesua deskribatzea, eta haren faseak edo etapak identifikatzea.

Datuak lortzeko aukera ematen duten barneko eta kanpoko, lehen mailako eta bigarren mailako informazio-iturriak bereiztea.

Bigarren mailako informazio-iturriak identifikatzea, eta datuak lortzeko eta tratatzeko prozedurak aztertzea.

Lehen mailako informazio-iturriak identifikatzea, eta datuak lortzeko aplika daitezkeen ikerketa kualitatibo eta kuantitatiboko teknikak aztertzea.

Enpresarentzat garrantzizkoa den informazioa lortzeko, tratatzeko, analizatzeko eta artxibatzeke informatika-aplikazioak erabiltzea.

Enpresan informazio-beharra.

Datu motak:

Informazio-iturriak: barnekoak eta kanpokoak, lehen mailakoak eta bigarren mailakoak.

Marketineko informazio-sistema (MIS).

Merkataritza-ikerketa. Kontzeptuak eta ezaugarriak. Azterketa motak. Merkataritza-ikerketaren aplikazioak.

Merkataritza-ikerketako prozesu baten faseak.

Bigarren mailako informazio-iturriak.

Lehen mailako iturriak. Ikerketa kualitatiboko teknikak: sakoneko elkarrizketa, talde-dinamika eta behaketa. Teknika proiektiboak. Sormen-teknikak.

Lehen mailako iturriak. Ikerketa kuantitatiboko teknikak: inkesta. Inkesta motak. Galdetegia. Laginketa. Lagina hautatzea.

Merkataritza-ikerketako landa-lana

Datuen tratamendua eta analisisa.

Txostena egitea eta emaitzak aurkeztea.

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

Interesa izatea norberaren deiera- eta lanbide-orientazioko estrategia lantzeko.

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

4.– Produktuari/zerbitzuari aplika dakizkiokeen politikak definitzea

Produktuaren edo zerbitzuaren atributuak identifikatzea, haren izaeraren, baliagarritasunaren eta ase ditzakeen beharren arabera, eta kontsumitzailearen balio-pertzepzioa eta erosteko arrazoiak kontuan hartuta.

Enpresak merkaturatzen dituen produktuen/zerbitzuen eta haien lerro, familia eta erreferentzien datu-base bat lantzea, eta produktu bakoitzari buruzko informazio garrantzitsua sartzea bertan.

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

Produktu baten bizi-zikloa sekuentziatzea, eta igarotzen dituen etapak eta fase bakoitzean aplika daitezkeen marketin-ekintzak aztertzea.

Produktu edo zerbitzuen datu-baseak eguneratzea, eta horretarako informazioa saltzaileengandik, banatzaileengandik eta dendetatik edo bezero-taldeengandik biltzea.

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

Produktuei, zerbitzuei edo produktu-lerroei buruzko txostenak egitea, informatika-aplikazio egoia erabilia.

Produktua marketin-tresna gisa.

Produktuaren atributuak.

Produktuen sailkapena hainbat irizpideren arabera.

Produktuaren dimentsioa. Produktu-gama eta lerroak, familiak eta kategoriak.

Produktu, zerbitzu edo marken zorroaren azterketa.

Produktuaren bizi-zikloa. Kontzeptua eta faseak.

Produktuen politikako estrategiak.

Marketina zerbitzuei aplikatzea. Zerbitzuen kudeaketa eta estrategiak.

Marka. Kontzeptua, xedea eta lege-arautzea. Marka motak.

Norberaren eta besteen trebetasun-mailak aintzatestea eta balioestea.

Interesa izatea norberaren deiera- eta lanbide-orientazioko estrategia lantzeko.

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

5.– Produktuaren/zerbitzuaren salmenta-prezioa finkatzeko metodoa zehaztea.

Produktu baten salmenta-prezioan eragina duten faktoreak identifikatzea, fabrikazio- eta banaketa-kostuak, komisioak, marjinak, bizi-zikloa, lehiakideen prezioak eta bezero mota kontuan hartuta, bestek beste.

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

Produktuaren salmenta-prezioa kalkulatzeko, fabrikazio- eta banaketa-kostuak abiapuntu hartuta, merkataritzako marjina jakin bat aplikatuta.

Fabrikazio- eta banaketa-kostuetan izandako aldakuntza batek produktuaren azken salmenta prezioaren gainean duen eragina aztertzea.

Produktuaren merkataritzako marjina gordina kalkulatzeko, guztizko kostuaren osagaiak, lokagunea eta merkatuaren joera aztertuta.

Produktuaren salmenta-prezioan izandako aldakuntzek salmenten gainean duten eragina zehaztea, produktuaren eskariaren elastikotasuna aztertuta.

Merkaturatzen den produktuaren edo zerbitzuaren prezioa lehiakideenekin konparatzea, eta prezioen arteko aldeak zergatikoa aztertzea.

Prezio-politikan estrategiak definitzea, kostuak, produktuaren bizi-zikloa, lehiakideen prezioak, eta bezeroen balio-pertzepzioa eta erosteko arrazoiak kontuan hartuta.

Produktuen, zerbitzuen edo produktu-lerroen prezioei buruzko txostenak egitea, informatika aplikazio gokia erabilita.

Produktuaren prezioa marketin-tresna gisa.

Produktu baten prezioa baldintzatzen duten faktoreak.

Produktu edo zerbitzu baten prezioaren osagaiak. Kostuak eta marjinak.

Prezioak kostua abiapuntu hartuta finkatzeko metodoak.

Prezioak lehiari oinarrituta finkatzeko metodoak.

Prezioak merkatuaren eskarian oinarrituta finkatzeko metodoak.

Prezio-politikako estrategiak.

Prezio psikologikoen estrategia.

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

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

Norberaren eta besteen trebetasun-mailak aintzatestea eta balioestea.

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

6.– Produktua edo produktu-lerroa banatzeko kanala eta modua hautatzea.

Merkataritza-banaketa funtzioak identifikatzea, eta produktua kontsumitzaileari hurbiltzeko marketinaren barruan duen garrantzia baloratzea.

Salmenta-moduak identifikatzea, sektorearen, produktu motaren eta bezero motaren arabera, eta salmenta tradizionala, autozerbitzua eta dendarik gabeko salmenta bereiztea.

Merkataritzako banaketa-kanalak ezagutzea, esku hartzen duten bitartekari kopurua eta mota eta betetzen dituzten funtzioak kontuan hartuta.

Merkataritza-banaketaren hainbat egitura eta modu konparatzea, kanalaren mailak eta bitartekari kopurua eta mota kontuan hartuta.

Produktuaren banaketa-kostua kalkulatzea, garraio-kostuak, aseguruak, biltegiatzea, komisioak, marjinak eta finantza-kostuak kontuan hartuta.

Hainbat produktu banatzeko izan litezkeen estrategiak konparatzea, kanal egokiena hautatzeari begira, eta on line banatzeko aukera baloratzea.

Produktuaren fabrikatzailearen eta banatzaileen arteko harremana formalizatzeko merkataritzako bitartekotzako hainbat kontratu mota bereiztea.

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.

Handizkako merkataria.

Txikizkako merkataritza.

Banaketa-kanala eta modua hautatzea baldintzatzen duten faktoreak.

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

Merkataritzako bitartekotzako moduak.

Frankizia.

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

Banaketa-kostuak. Egitura eta kalkulua.

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

Norberaren eta besteen trebetasun-mailak aintzatestea eta balioestea.

Interesa izatea norberaren deiera- eta lanbide-orientazioko estrategia lantzeko.

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

7.– Komunikazio-politika osatzen duten ekintzak eta teknikak identifikatzea.

Enpresa bateko komunikazioaren mix-a osatzen duten ekintza motak bereiztea, eta haien xedea aztertzea.

Komunikazio-politikaren helburuak ezartzea, helburuko publikoaren eta enpresa-estrategien arabera.

Publizitatearen funtzioak eta bitarteko eta euskarri ohikoenak ezaugarritzea.

Enpresa edo antolakunde bateko harreman publikoen politikaren barruan aplikatu daitezkeen ekintzak ezaugarritzea.

Banaketa-enpresek gehien erabiltzen dituzten salmentak sustatzeko teknikak identifikatzea.

Merchandising-aren funtzioak zehaztea, eta aplika daitezkeen teknika motak identifikatzea.

Salmenta pertsonala ezaugarritzea, eta haren helburuak eta berehala erantzuteko merkataritza-zako komunikazio-tresna gisa bereizten duten ezaugarriak azaltzea.

Zuzeneko marketineko teknika erabilienak identifikatzea.

Produktu bat merkaturatzeko edo merkaturan iraunarazteko komunikazio- eta sustapen-ekintza egokienak hautatzea.

Komunikazioa marketin-tresna gisa.

Merkataritza-komunikazioko prozesua. Oinarrizko elementuak.

Komunikazioaren mix-a: motak eta moduak.

Komunikazio-politiken helburuak.

Publizitatea.

Publizitate-agentziak.

Produktuaren briefinga.

Publizitate-eraginkortasuna.

Harreman publikoak.

Salmenten sustapena.

Merchandising-a.

Salmenta pertsonala.

Zuzeneko marketina.

On line marketina.

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

Norberaren eta besteen trebetasun-mailak aintzatestea eta balioestea.

Interesa izatea norberaren deiera- eta lanbide-orientazioko estrategia lantzeko.

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

8.– Merkataritza-plangintzako prozesua sekuentziatzea.

Enpresako merkataritza-plangintzaren funtzioak eta marketin-planaren erabilgarritasuna eta edukia identifikatzea.

Marketin-plana lantzeko prozesuaren etapak edo faseak ezartzea.

Marketin-plana lantzeko aztertuko diren datuak edo oinarrizko informazioa ezartzea.

Helburu jakin batzuk finkatzea, eta horiek erdiesteko marketin-estrategia egokienak aztertzea.

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

Marketin-planeko politiken jarraipena egiteko eta haien kontrolatzeko prozedurak aurreikustea, eta, horretarako, besteak beste enpresako sailetatik, saltzaileengandik eta banatzaileengandik lortzea beharrezkoa den informazioa.

Lortutako emaitzak aurreikusitako helburuekin konparatzea.

Marketin-plana kontrolatzeko eta ebaluatzeko txostenak egitea.

Marketinaren planifikazioa: xedea eta helburuak.

Marketin-planaren ezaugarriak eta erabilgarritasuna.

Marketin-planaren egitura. Hura lantzeko faseak.

Egoeraren azterketa: barneko eta kanpoko azterketa. AMIA analisia.

Lortu nahi diren helburuak finkatzea.

Marketing mix-eko ekintzak eta politikak definitzea.

Aurrekontua.

Marketin-plana gauzatzea.

Marketin-planeko politiken jarraipena.

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

Interesa izatea norberaren deiera- eta lanbide-orientazioko estrategia lantzeko.

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

2. lanbide-modulua: saltoki txiki baten kudeaketa

Kodea: 1227

Kurtsoa: 2

Iraupena: 168 ordu

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 aztertu du.

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

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

d) Enpresen gizarte-erantzukizunaren fenomenoak eta enpresa-estrategiaren elementu gisa duen garrantzia aztertu ditu.

e) Balio etikoak, sozialak eta ingurumena errespetatzekoak gaineratzen dituzten enpresa-jardunbideak identifikatu ditu.

f) Enpresaren ingurune orokorraren elementu nagusiak identifikatu ditu, eta faktore ekonomikoak, sozialak, demografikoak, kulturalak, teknologikoak, ingurumenekoak eta politiko-legalak aztertu ditu.

g) Enpresaren mikroingurunearen faktoreak deskribatu ditu, eta lehia, hornitzaileak, bitartekariak eta barne-merkataritza arautzen duten eta/edo hari eragiten dioten erakundeak aztertu ditu.

h) Hurbileko saltoki tradizionalak salgune handien eta txikizkako beste banaketa-modu batzuen aldean dituen abantailak eta indarrak identifikatu ditu.

i) Saltoki txikiei informazioa, orientazioa eta aholkuak ematen dizkieten erakunde publiko eta pribatuak identifikatu ditu, eta egiten dituzten zerbitzuak eta on line erabilgarri dauden baliabideak deskribatu ditu.

2.– Enpresaren forma juridikoa eta hura sortzeko eta abian jartzeko eskatzen diren izapideak zehazten ditu, indarrean dagoen merkataritzako, laneko eta zerga-arloko araudia aplikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresa txiki batek har ditzakeen forma juridikoak identifikatu ditu, eta, besteak beste, ezau-garriak, kapital soziala, bazkide kopurua, betebeharrak eta bazkideen erantzukizunak aztertu 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 eta diru-laguntzei buruzko informazioa lortu du, eta bete behar diren baldintzak eta izapideak identifikatu ditu.

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

e) Saltoki txikia arautzen duen eta hari eragiten dion nazioko, autonomia-erkidegoko eta tokiko araudia kontsultatu du.

f) Saltokia irekitzeko eta abian jartzeko eskatzen diren izapide administratiboak eta juridikoak, baimenak eta lizentziak eta horiek kudeatzen eta izapidetzen dituzten erakundeak zehaztu ditu.

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

h) Enpresa sortzeko eta abian jartzeko eskatzen den dokumentazioa bete du.

3.– Saltoki txiki bat sortzeko proiektu bat lantzen du, haren ezaugarriak mugatzen ditu eta abian jartzeko eta iraunarazteko bideragarritasun-azterketa bat sartzen du bertan.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Dendaren kokapena eta ezaugarriak ezarri ditu, haren eragin-eremuaren dentsitatea, aniztasuna eta irisgarritasuna, bezero mota eta bezeroen erosteko ohiturak eta merkaturatuko diren produktuak kontuan hartuta, besteak beste.

b) Indar eta ahulezia pertsonalak eta ingurunearen aukerak eta mehatxuak identifikatu ditu, dagokion AMIA analisiaren bidez.

c) Merkataritzako eskaintza edo aukera definitu du, negozio-aukerak, bezeroen profila, merkaturaren joerak eta eragin-eremuko lehia kontuan hartuta, besteak beste.

d) Beharrezkoak diren aktibo finkoak, horiek eskuratzeko modua eta finantzaketa jasotzen dituen oinarrizko inbertsio-plan bat sartu du.

e) Produktuen prezioen zerrenda bat egin du, ezarritako prezioak finkatzeko irizpideak aplikatuta.

f) Saltokiaren bideragarritasun ekonomiko eta finantzarioaren azterketa sartu du, eta bi ekitalditarako oinarrizko emaitza-kontu bat landu du, aurreikusitako sarrera, gastu eta kostuen eta beharrezkoak diren finantza-baliabideen zenbatespena abiapuntu hartuta, eta ratio ekonomiko eta finantzarioak kalkulatuta.

g) Saltokiaren ezaugarri eta beharren arabera enpleguak kontratatzeko aukera baloratu du, kostuak kalkulatu ditu eta bete behar diren funtzioak, hautagaien profila eta horiek hautatzeko prozedura definitu ditu.

h) Berrikuntza teknologikoak aplikatzea eta prestakuntza-ekintzetara jotzea komeni den baloratu du, eta ahulguneak eta negozioaren bideragarritasunari eta iraunkortasunari dagokionez espero den kostu/mozkin erlazioa aztertu ditu.

i) On line merkaturatzeko aukera eta urrutiko beste salmenta-modu batzuk baliatzea aztertu du, haien kostua kalkulatuta eta produktuen ezaugarriak, espero den inpaktua eta sektoreko usadioak eta jardunbideak kontuan hartuta.

4.– Oinarrizko inbertsio-plan bat lantzen du, eta, horretarako, behar diren aktibo finkoak, horiek eskuratzeko modua eta beharrezkoak diren finantza-baliabideak identifikatzen ditu, dendaren ezaugarrien eta merkaturatuko diren produktuen arabera.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Dendaren beharrak zehaztu ditu (lokala, altzariak, tresneria, kobrantza-sistema eta saltokiko terminala, besteak beste), negozio-ideiaren, bezero motaren, produktuen eta bezeroari egin behar zaizkion zerbitzuen arabera.

b) Dendako ekipamendua erosteko jaso daitezkeen laguntza eta diru-laguntzei buruzko informazioa lortu du, eta horiek izapidetzen dituzten erakundeak identifikatu ditu.

c) Lokala eskuratzeko modua zehaztu du, eta salerosteko, eskualdatzeko edo alokatzeko modalitateak ebaluatu ditu, modalitate bakoitzaren kostuak, eskubideak eta betebeharrak aztertu ondoren.

d) Banku-zerbitzuei eta inbertsioak eta gainerako eragiketak finantzatzeko moduei buruzko informazioa lortu du, eta bankuko kreditu edo mailegu bat lortzeko prozedura, dokumentazioa eta eskatzen diren baldintzak eta bermeak aztertu ditu.

e) Ekipamenduak eskuratzeko leasing eta renting aukerak baloratu ditu, kostuak kalkulatu eta eskatzen diren baldintzak eta bermeak aztertu ditu.

f) Dendako tresneria eta instalazioak lortzeko eta finantzatzeko modua hautatu du, eta kostuak eta arriskuak ebaluatu ditu.

g) Aseguru-poliza egokiak hautatu ditu, kontingentzien eta jardueraren lege-eskakizunen araberako beharrezkoak diren estaldurak kontuan hartuta.

5.– Saltoki txikiaren kudeaketa ekonomikoa eta diruzaintza planifikatzen du, eta haren errentagarritasuna eta iraunkortasuna denboran zehar bermatuko duen prezioak finkatzeko sistema ezartzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Salmenta-prezioak finkatzeko sistema ezarri du, kostuak, mozkin-marjina, kontsumoaren gaineko zergak, produktuaren bizi-zikloa, lehiakideen prezioak, produktuaren bereizkuntza eta bezeroen balio-pertzepzioa kontuan hartuta, besteak beste.

b) Eskariari eta salmenten ondoriozko sarrerei eta aurreikusitako kostu eta gastuei buruzko aurreikuspenak egin ditu, sektorearen eta antzeko beste saltoki batzuen informazio ekonomikoa ematen duten kanpoko iturrietatik lortutako datuak abiapuntu hartuta.

c) Ordaintzeko epeak, modua eta ordainbideak, bezeroentzako deskontuak eta ordaintzeko erraztasunak ezarri ditu, enpresaren finantza-ahalmena, produktuaren ezaugarriak, bezero mota eta sektoreko usadioak eta jardunbideak kontuan hartuta.

d) Aurreikusitako kobrantza eta ordainketen egutegia landu du, saltoki txikiaren beharrak, konpromisoak eta ordainketa-betebeharrak kontuan hartuta eta kutzako eskudiruaren erabilgarritasuna egunero ziurtatuta.

e) Dendaren likidezia aldiaren behin eta sistematikoki egiaztatzeko sistema aurreikusi du, eta ordainketa-konpromisoak eta kobrantza-zenbatespenak doitu ditu.

f) Finantza-kostuak eta merkataritzako efektuen kobrantza kudeatzeko eta negoziatzeko arriskuak kalkulatu ditu.

g) Enpresaren kargurako langileen eta gizarte-segurantzaren kostuak kalkulatu ditu.

h) Saltokiaren jarduera ekonomikoa eta finantzarioa sistematikoki baloratzeko prozedura definitu du, eta errentagarritasuna, kaudimena, zorpetzea eta likidezia bezalako ratioak kalkulatu ditu, izan litezkeen desegokitasunak hautemateko eta zuzentzeko.

6.– Produktuen salerosketaren eta egindako zerbitzuen ondorio den merkataritza-dokumentazioa eta kobrantzakoa eta ordainketakoa kudeatzen du, indarrean dagoen merkataritzako eta zerga-arloko araudia errespetatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

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

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

c) Salerosketako eta zerbitzugintzako eragiketei dagozkien fakturak landu ditu, merkataritzako eta zerga-arloko araudiarekin eta merkataritzako usadioekin bat etorritik, informatika-tresnak erabilita.

d) BEZaren araudiak eskatzen duen igorritako eta hartutako fakturen aldian behingo erregistroa egin du.

e) Enpresaren eragiketak ordaintzeko eta kobratzeko bideei dagozkien dokumentuak bete eta kudeatu ditu.

f) Merkataritzako efektu-sortak prestatu ditu, kobrantza kudeatzen duten banku-erakundeei bidaltzeko edo negoziatzeko eta deskontatzeko.

g) Merkataritzako efektuak negoziatzeko fakturak landu ditu.

7.– Enpresaren administrazioko, kontabilitateko eta zerga-arloko prozesua kudeatzen du, eta, horretarako, indarrean dagoen merkataritza- eta zerga-arloko legeria eta ETE-entzako Kontabilitate Plan Orokorren printzipioak eta arauak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Kontabilitatearen funtzioak eta enpresak eraman behar dituen nahitaezko eta borondatezko liburuak identifikatu ditu.

b) Balantzearen kontu-sailak bereizi ditu (aktiboa, pasiboa eta ondare garbia), eta haien ezaugarriak eta erlazio funtzionala aztertu ditu.

c) Egindako eragiketak erregistratu ditu, ETE-entzako Kontabilitate Plan Orokorren printzipio orokorren eta balorazio-arauen arabera, erabilgarri dagoen informatika-aplikazioa erabilita.

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

e) Ekitaldiko emaitza kalkulatu du eta urteko kontuak prestatu ditu, ETE-entzako Kontabilitate Plan Orokorren arabera.

f) Balio Erantsiaren gaineko Zergaren aldian behingo aitortpen-likidazioak bete ditu, zergak ordaintzeko hautatutako erregimenaren arabera.

g) Mozkinak zergapetzen dituzten zergei dagozkien zerga-betebeharrak zehaztu ditu, enpresaren forma juridikoaren arabera: PFEZ eta Sozietateen gaineko Zerga.

h) Lanaren, zergen eta kontabilitatearen inguruko kanpo-aholkularitza erabiltzeko aukera baloratu du, enpresaren ezaugarrien arabera.

8.– Bezeroari arreta pertsonalizatua emango dion eta saltokiaren berezitasuna eta lehiakortasuna indartuko duen kalitateko eta hurbileko zerbitzu bat ezartzeko plan bat lantzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Dendaren ezaugarriak saltoki txikiari aplikatzekoak diren Europako, nazioko, autonomia-erdegoko eta tokiko kalitate-sistema normalizatueta eta jardunbide egokien kodeetara egokitu ditu.

b) Bezeroari arreta emateko jarraibideak definitu ditu, kalitateko, adeitasuneko eta tratu pertsonalizatuko irizpideak aplikatuta, UNE 175001-1 arauan (saltoki txikientzako zerbitzu-kalitatea) eta beste arau batzuetan ezarritakoaren arabera.

c) Hurbileko zerbitzuaren berezkoak diren salmentaren zerbitzu gehigarriak ezarri ditu (etxerako bidalketa eta saldu ondoko zerbitzuak), dendaren ezaugarrien, bezeroen eskarien eta sektoreko usadioen arabera, eta haien kostua eta eraginkortasuna baloratu du.

d) Denda irekitzeko ordutegiak eta egutegia, merkealdiak eta sustapenaldiak eta funtzionamenduaren beste alderdi batzuk finkatu ditu, indarrean dagoen tokiko araudia eta txikizkako merkataritzaren usadioak eta ohiturak errespetatuta.

e) Produktuaren informazioari eta prezioei buruzko sistema eguneratua diseinatu du, kontsumitzailearentzat eskuragarria, eta etiketetan markatutako prezioen eta saltokiko terminaleko aplikazioan erregistratutakoen arteko korrespondentzia bermatu du.

f) Gorabeherak, kexak eta erreklamazioak kudeatzeko prozedura finkatu du, kalitateko zerbitzua bermatu eta kontsumitzailea babesteko araudia beteko dela ziurtatuko duena.

g) Instalazioen mantentze-lanak eta erakusgai jarritako produktu-sortaren funtzionaltasuna egiaztatzeko prozedura ezarri du, merkataritza-irizpideak eta arriskuen prebentzioaren alorreko segurtasunekoak aplikatuta.

h) Bezeroen datu-baseak eguneratuta mantendu ditu, konfidentzialtasuna bermatuta eta datuak babesteko araudia errespetatuta.

B) Edukiak:

1.– Enpresa txiki bat sortzeko ekimenei eta aukerei buruzko informazioa biltzea:

Kultura ekintzailearen kontzeptua, eta enpleguaren eta gizarte-ongizatearen sorburu gisa duen garrantzia aztertu du.

Norberaren ekimena, sormena, prestakuntza eta lankidetzak baloratzea, jarduera ekintzailean arrakasta lortzeko.

Enpresaren oinarriko funtzioak identifikatzea eta guztiak multzoan aztertzea sistema integral baten modura.

Enpresaren gizarte-erantzukizunaren fenomenoak eta enpresa-estrategiaren elementu gisa duen garrantzia aztertzea.

Balio etikoak, sozialak eta ingurumena errespetatzekoak gaineratzen dituzten enpresa-jardunbideak identifikatzea.

Enpresaren ingurune orokorraren elementu nagusiak identifikatzea, eta faktore ekonomikoak, sozialak, demografikoak, kulturalak, teknologikoak, ingurumenekoak eta politiko-legalak aztertzea.

Enpresaren mikroingurunearen faktoreak deskribatzea, eta lehia, hornitzaileak, bitartekariak eta barne-merkataritza arautzen duten eta hari eragiten dioten erakundeak aztertzea.

Hurbileko saltoki tradizionalak salgune handien eta txikizkako beste banaketa-modu batzuen aldean dituen abantailak eta indarrak identifikatzea.

Saltoki txikiei informazioa, orientazioa eta aholkuak ematen dizkieten erakunde publiko eta pribatuak identifikatzea, eta egiten dituzten zerbitzuak eta on line erabilgarri dauden baliabideak deskribatzea.

Enpresa: kontzeptua eta enpresaren elementuak.

Enpresaren oinarrizko helburuak eta funtzioak.

Enpresa eta enpresaburua: enpresaren antolamendua:

Enpresen sailkapena hainbat irizpideren arabera.

ETE-en ezaugarriak.

Ekintzaileen funtsezko faktoreak: ekimena, sormena eta prestakuntza.

Enpresa-plana: negozioaren ideia eta enpresaren identifikazio-zeinuak.

Enpresa txiki baten ingurune orokorraren eta espezifikoaren azterketa.

ETEaren eta ingurunearen arteko erlazioak.

ETEaren eta gizartearen arteko erlazioak.

Barne-merkataritzako erakunde eta organismo eskudunak.

Hurbileko saltoki txikiaren ezaugarriak.

Saltoki txikiei informazioa eta orientazioa ematen dieten organismo eta erakunde publiko eta pribatuak.

Lanbidearen zeregin (edo jarduera tekniko) 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.

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

2.– Enpresaren forma juridikoa eta hura sortzeko eta abian jartzeko izapideak zehaztea.

Enpresa txiki batek har ditzakeen forma juridikoak identifikatzea, eta, besteak beste, ezaugarriak, kapital soziala, bazkide kopurua, betebeharrak eta bazkideen erantzukizunak aztertzea.

Enpresa eratzeko eta abian jartzeko gastuak, forma juridikoen ondorio direnak, zehaztea, eta, horretarako, indarrean dagoen legeria kontsultatzea.

Enpresa bat sortzeko jaso daitezkeen laguntza eta diru-laguntzei buruzko informazioa lortzea, eta bete behar diren baldintzak eta izapideak identifikatzea.

Azterketa konparatibo bat abiapuntutzat hartuta, forma juridikorik egokiena hautatzea, kostuak, izapideak eta betebeharrak juridikoak eta bazkideen erantzukizuna baloratu ondoren.

Saltoki txikia arautzen duen eta hari eragiten dion nazioko, autonomia-erkidegoko eta tokiko araudia kontsultatzea.

Saltokia irekitzeko eta abian jartzeko eskatzen diren izapide administratiboak eta juridikoak, bai-menak eta lizentziak eta horiek kudeatzen eta izapidetzen dituzten erakundeak zehaztea.

Enpresaren jarduera ekonomikoan aritzearen ondorio diren merkataritza-, lan- eta zerga-bete-beharrak identifikatu ditu.

Enpresa sortzeko eta abian jartzeko eskatzen den dokumentazioa betetzea.

Banako enpresa. Erantzukizun juridikoa eta betebeharrak formalak.

Merkataritzako sozietatea. Sozietate motak.

Sozietate anonimoa.

Erantzukizun mugatuko sozietatea eta enpresa berria sozietate mugatua.

Lan-sozietateak: anonimoa eta mugatua.

Merkataritzako beste sozietate batzuk.

Sozietate kooperatiboak.

Sozietate zibilak eta ondasun-erkidegoak.

Saltoki txiki batentzako forma juridiko egokia hautatzea.

Enpresa eratzea: eskakizun eta betebeharrak formalak.

Enpresa abian jartzeko eta funtzionarazteko egin behar diren izapideak.

Enpresa-leihatila bakarra.

Enpresaren zerga- eta lan-betebeharrak.

Enpresa eratzeko eta irekitzeko diru-laguntza ofizialak eta laguntzak.

Lanbidearen zeregin (edo jarduera tekniko) berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

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

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

3.– Saltoki txiki bat sortzeko proiektu bat lantzea.

Dendaren kokapena eta ezaugarriak ezartzea, haren eragin-eremuaren dentsitatea, aniztasuna eta irisgarritasuna, bezero mota eta bezeroen erosteko ohiturak eta merkaturatuko diren produktuak kontuan hartuta, besteak beste.

Indar eta ahulezia pertsonalak eta ingurunearen aukerak eta mehatxuak identifikatzea, dago-kion AMIA analisiaren bidez.

Merkataritzako eskaintza edo aukera definitzea, negozio-aukerak, bezeroen profila, merkaturaren joerak eta eragin-eremuko lehia kontuan hartuta, besteak beste.

Beharrezkoak diren aktibo finkoak, horiek eskuratzeko modua eta finantzaketa jasoko dituen oinarritzko inbertsio-plan bat sartzea.

Produktuen prezioen zerranda bat egitea, ezarritako prezioak finkatzeko irizpideak aplikatuta.

Saltokiaren bideragarritasun ekonomiko eta finantzarioaren azterketa sartzea, eta bi ekitalditarako oinarrizko emaitza-kontu bat lantzea, aurreikusitako sarrera, gastu eta kostuen eta beharrezkoak diren finantza-baliabideen zenbatespena abiapuntu hartuta, eta ratio ekonomiko eta finantzarioak kalkulatuta.

Saltokiaren ezaugarri eta beharren arabera enpleguak kontratatzeko aukera baloratzea, kostuak kalkulatzea, eta bete behar diren funtzioak, hautagaien profila eta horiek hautatzeko prozedura definitzea.

Berrikuntza teknologikoak aplikatzea eta prestakuntza-ekintzetara jotzea komeni den baloratzea, eta ahulguneak eta negozioaren bideragarritasunari eta iraunkortasunari dagokionez espero den kostu/mozkin erlazioa aztertzea.

On line merkaturatzeko aukera eta urrutiko beste salmenta-modu batzuk baliatzea aztertzea, haien kostua kalkulatuta eta produktuen ezaugarriak, espero den inpaktua eta sektoreko usadioak eta jardunbideak kontuan hartuta.

Enpresaren makroingurunearen azterketa.

Merkatuaren eta merkataritza-ingurunearen azterketa. Kokapena, irisgarritasuna eta bezeroarekiko hurbiltasuna, eragin-eremua, bezeroen profila eta lehia.

Saltokiaren kokalekua hautatzeko metodoak eta teknikak.

Enpresaren barneko eta kanpoko analisia. AMIA azterketa-teknikak (ahuleziak, mehatxuak, indarguneak eta aukerak).

Kontsumitzailearen/bezeroaren azterketa.

Dendaren ezaugarrien definizioa.

Merkataritza-eskaintzaren edo produktu-aukeraren definizioa.

Produktuen salmenta-prezioak: publikoarentzako salmenta-prezioen zerrenda.

Enpresa-plan bat gauzatzea, honako hauek barne hartuko dituen: oinarrizko inbertsio-plana, beharrezkoak diren finantza-baliabideak eta saltokiaren bideragarritasun ekonomiko eta finantzarioaren azterketa adierazita (oinarrizko emaitza-kontuak, sarreraren, kostuen eta gastuen, marjinen eta emaitzen aurreikuspena abiapuntu hartuta).

Lanbidearen zeregin (edo jarduera tekniko) 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.– Oinarrizko inbertsio-plan bat lantzea

Dendaren beharrak zehaztea (lokala, altzariak, tresneria, kobrantza-sistema eta saltokiko terminala, besteak beste), negozio-ideiaren, bezero motaren, produktuen eta bezeroari egin behar zaizkion zerbitzuen arabera.

Dendako ekipamendua erosteko jaso daitezkeen laguntza eta diru-laguntzei buruzko informazioa lortzea, eta horiek izapidetzen dituzten erakundeak identifikatzea.

Lokala eskuratzeko modua zehaztea, eta salerosteko, eskualdatzeko edo alokatzeko modalitateak ebaluatzea, modalitate bakoitzaren kostuak, eskubideak eta betebeharrak aztertu ondoren.

Banku-zerbitzuei eta inbertsioak eta gainerako eragiketak finantzatzeko moduei buruzko informazioa lortzea, eta bankuko kreditu edo mailegu bat lortzeko prozedura, dokumentazioa eta eskatzen diren baldintzak eta bermeak aztertzea.

Ekipamenduak eskuratzeko leasing eta renting aukerak baloratzea, kostuak kalkulatu eta eskatzen diren baldintzak eta bermeak aztertzea.

Dendako tresneria eta instalazioak lortzeko eta finantzatzeko modua hautatzea, eta kostuak eta arriskuak ebaluatzea.

Aseguru-poliza egokiak hautatzea, kontingentzien eta jardueraren lege-eskakizunen arabera beharrezkoak diren estaldurak kontuan hartuta.

Enpresaren egitura ekonomikoa eta finantzarioa

Norberaren eta besteren finantzaketa-iturriak, barnekoak nahiz kanpokoak.

Denda irekitzeko inbertsio-beharrak zehaztea.

ETE baten jarduerarako diru-laguntza ofizialak eta finantza-laguntzak.

Lokala eta beste aktibo batzuk erosteko edo alokatzeko erabakia.

Hornitzaileak bilatzea eta eskaintzak eta aurrekontuak eskatzea.

Erosteko eta alokatzeko aurrekontuak eta baldintzak.

Hornitzaile komenigarriena hautatzea.

Epe luzerako finantzaketa: maileguak, leasing, renting eta beste finantzaketa-modu batzuk. Interesak, komisioak eta beste gastu batzuk.

Epe laburrerako finantzaketa: merkataritza-kredituak eta ordainketa-geroratzeak, banku-kredituak, eta merkataritzako efektuen negoziazioa. Interesak eta gastuak.

Finantza-kostuen kalkulua.

Lanbidearen zeregin (edo jarduera tekniko) 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.– Saltoki txikiaren kudeaketa ekonomikoa eta diruzaintza planifikatzea

Salmenta-prezioak finkatzeko sistema ezartzea, kostuak, mozkin-marjina, kontsumoaren gaineko zergak, produktuaren bizi-zikloa, lehiakideen prezioak, produktuaren bereizkuntza eta bezeroen balio-pertzepzioa kontuan hartuta, besteak beste.

Eskariari eta salmenten ondoriozko sarrerei eta aurreikusitako kostu eta gastuei buruzko aurreikuspenak egitea, sektorearen eta antzeko beste saltoki batzuen informazio ekonomikoa ematen duten kanpoko iturrietatik lortutako datuak abiapuntu hartuta.

Ordaintzeko epeak, modua eta ordainbideak, bezeroentzako deskontuak eta ordaintzeko erraztasunak ezartzea, enpresaren finantza-ahalmena, produktuaren ezaugarriak, bezero mota eta sektoreko usadioak eta jardunbideak kontuan hartuta.

Aurreikusitako kobrantza eta ordainketen egutegia lantzea, saltoki txikiaren beharrak, konpromisoak eta ordainketa-betebeharrak kontuan hartuta eta kutzako eskudiruaren erabilgarritasuna egunero ziurtatuta.

Dendaren likidezia aldi behin eta sistematikoki egiaztatzeko sistema aurreikustea, eta ordainketa-konpromisoak eta kobrantza-zenbatespenak doitzea.

Finantza-kostuak eta merkataritzako efektuen kobrantza kudeatzeko eta negoziatzeko arriskuak kalkulatzea.

Enpresaren kargurako langileen eta gizarte-segurantzaren kostuak kalkulatzea.

Saltokiaren jarduera ekonomikoa eta finantzarioa sistematikoki baloratzeko prozedura definitzea, eta errentagarritasuna, kaudimena, zorpetzea eta likidezia bezalako ratioak kalkulatzea, izan litezkeen desegokitasunak hautemateko eta zuzentzeko.

Eskariaren aurreikuspena.

Sarrera eta gastuen aurreikuspena.

Aurrekontuak egitea.

Salmenta-prezioak hainbat irizpide kontuan hartuta finkatzea.

Salmenta-prezioak, besteak beste, kostuen eta merkataritzako marjinaren arabera kalkulatzea.

Lokagunea edo errentagarritasun-atalasea kalkulatzea.

Inbertsioen ebaluazioa eta errentagarritasunaren kalkulua.

Batez besteko heltze-aroa.

Diruzaintzako fluxuak eta likidezia kontrolatzeko teknikak.

Enpresaren kontabilitate-informazioa eta informazio ekonomiko eta finantzarioa aztertzea.

Enpresaren bideragarritasun eta iraunkortasun ekonomiko eta finantzarioa aztertzea.

Oinarrizko ratio ekonomiko eta finantzarioak kalkulatzea eta interpretatzea: errentagarritasuna, likidezia, kaudimena eta zorpetzea.

Lanbidearen zeregin (edo jarduera tekniko) berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

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

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

6.– Merkataritza-dokumentazioa eta kobrantzako eta ordainketako kudeatzea

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

Balio Erantsiaren gaineko Zerga (BEZ) erregulatzen duen araudia eta produktuak eta zerbitzuak fakturatzeko ezarritako betebeharrak interpretatzea.

Salerosketako eta zerbitzugintzako eragiketei dagozkien fakturak lantzea, merkataritzako eta zerga-arloko araudiarekin eta merkataritzako usadioekin bat etorriz, informatika-tresnak erabilia.

BEZaren araudiak eskatzen duen igorritako eta hartutako fakturen aldiari behingo erregistroa egitea.

Enpresaren eragiketarako ordaintzeko eta kobratzeko bideei dagozkien dokumentuak betetzea eta kudeatzea.

Merkataritzako efektu-sortak prestatzea, kobrantza kudeatzen duten banku-erakundeei bidaltzeko edo negoziatzeko eta deskontatzeko.

Merkataritzako efektuak negoziatzeko fakturak lantzea.

Salmenten fakturazioa: ezaugarriak, lege-eskakizunak eta faktura motak.

Merkataritza-fakturak betetzea eta bidaltzea.

Salmenta-eragiketarako fiskalizatzea eta zerbitzuak ematea: Balio Erantsiaren gaineko Zerga (BEZa). Eragiketa zergapetuak. BEZa jasanaraztea. Karga-tasak. Baliokidetasun-errekargua.

Fakturak merkataritza- eta zerga-araudiaren arabera kontserbatzea eta erregistratzea.

Ordaintzeko eta kobratzeko bideak eta dokumentuak: txekia, banku-transferentzia, ordainagiri normalizatua, kanbio-letra eta zor-agiria, eta ordainbide elektronikoak.

Merkataritzako efektuen kobrantzaren kudeaketa.

Merkataritzako efektuen negoziazioa eta deskontua.

Merkataritzako efektuak negoziatzeko kostuen kalkulua.

Lanbidearen zeregin (edo jarduera tekniko) berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea.

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

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

7.– Enpresen administrazio-, kontabilitate- eta zerga-prozesua kudeatzea

Kontabilitatearen funtzioak eta enpresak eraman behar dituen nahitaezko eta borondatezko liburuak identifikatzea.

Balantzearen kontu-sailak bereiztea (aktiboa, pasiboa eta ondare garbia), eta haien ezaugarriak eta erlazio funtzionala aztertzea.

Egindako eragiketen erregistroa lantzea, ETE-entzako Kontabilitate Plan Orokorren printzipio orokorren eta balorazio-arauen arabera, erabilgarri dagoen informatika-aplikazioa erabilia.

Ibilgetuko elementuen amortizazioa kalkulatzeko, indarrean dagoen zerga-araudiaren eta ETE-entzako Kontabilitate Plan Orokorren arabera.

Ekitaldiko emaitza kalkulatzeko eta urteko kontuak prestatzeko, ETEentzako Kontabilitate Plan Orokorren arabera.

Balio Erantsiaren gaineko Zergaren aldian behingo aitorten-likidazioak betetzea, zergak ordaintzeko hautatutako erregimenaren arabera.

Mozkinak zergapetzen dituzten zergei dagozkien zerga-betebeharrak zehaztea, enpresaren forma juridikoaren arabera: PFEZ eta sozietateen gaineko zerga.

Lanaren, zergen eta kontabilitatearen inguruko kanpo-aholkularitza erabiltzeko aukera balortzea, enpresaren ezaugarrien arabera.

Saltoki txikiaren lan-arloko kudeaketa. Langileen altak eta bajak, nominak eta Gizarte Segurantzako kotizazio-buletinak.

Langile autonomoen Gizarte Segurantzako kotizazio-erregimena.

Enpresaren kontabilitatea, haren xedea eta ezaugarriak.

Enpresaren ondarea: aktiboa, pasiboa eta ondare garbia.

Balantzea. Hura osatzen duten azpisistemak. Haien arteko erlazioa.

Kontuak.

«Inbertsioa», «gastua eta ordainketa», «sarrera eta kobrantza» kontzeptuak.

Kontabilitate-liburuak eta erregistro-liburuak.

ETEentzako Kontabilitate Plan Orokorra.

Eragiketen erregistroa. Kontabilitate-zikloa eta kontabilitate-metodologia.

Ekitaldiko emaitza.

Urteko kontuak.

Espainiako zerga-sistema. Zuzeneko eta zeharkako zergak.

Saltoki txikiaren zerga-betebeharrak. Zerga-egutegia.

BEZ Balio Erantsiaren gaineko Zergaren kudeaketa. Zergak ordaintzeko erregimenak.

BEZaren aitorten-likidazioa.

Pertsona Fisikoen Errentaren gaineko Zerga (PFEZ). Zerga ordaintzeko modalitateak.

Sozietateen gaineko Zerga. Zerga ordaintzeko modalitateak.

Saltoki txikian eragina duten beste zerga eta tributu batzuk.

Merkataritza eta kontabilitatea kudeatzeko pakete integratu bat maneiatzea.

Lanbidearen zeregin (edo jarduera tekniko) 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.

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

8.– Kalitateko eta hurbileko zerbitzu bat ezartzeko plan bat lantzea

Dendaren ezaugarriak saltoki txikiari aplikatzekoak diren Europako, nazioko, autonomia-erki-degoko eta tokiko kalitate-sistema normalizatuetera eta jardunbide egokien kodeetara egokitzea.

Bezeroari arreta emateko jarraibideak definitzea, kalitateko, adeitasuneko eta tratu pertsonalizatuko irizpideak aplikatuta, UNE 175001-1 arauan (saltoki txikientzako zerbitzu-kalitatea) eta beste arau batzuetan ezarritakoaren arabera.

Hurbileko zerbitzuaren berezkoak diren salmentaren zerbitzu gehigarriak ezartzea (etxerako bidalketa eta saldu ondoko zerbitzuak), dendaren ezaugarrien, bezeroen eskarien eta sektoreko usadioen arabera, eta haien kostua eta eraginkortasuna baloratzea.

Denda irekitzeko ordutegiak eta egutegia, merkealdiak eta sustapenaldiak eta funtzionamendua-ren beste alderdi batzuk finkatzea, indarrean dagoen tokiko araudia eta txikizkako merkataritzaren usadioak eta ohiturak errespetatuta.

Produktuaren informazioari eta prezioei buruzko sistema eguneratua diseinatzea, kontsumitzailearentzat eskuragarria, eta etiketan markatutako prezioen eta saltokiko terminaleko aplikazioan erregistratutako arteko korrespondentzia bermatzea.

Gorabeherak, kexak eta erreklamazioak kudeatzeko prozedura finkatzea, kalitateko zerbitzua bermatu eta kontsumitzailea babesteko araudia beteko dela ziurtatuko duena.

Instalazioen mantentze-lanak eta erakusgai jarritako produktu-sortaren funtzionaltasuna egiaztatzeko prozedura ezartzea, merkataritza-irizpideak eta arriskuen prebentzioaren alorreko segurtasunekoak aplikatuta.

Bezeroen datu-baseak eguneratuta mantentzea, konfidentzialtasuna bermatuta eta datuak babesteko araudia errespetatuta.

Saltoki txiki bateko kalitateko zerbitzuaren ezaugarriak.

Saltoki txikietako kalitate-arauak eta jardunbide egokien kodeak.

Saltoki txikietan bezeroei arreta emateko kalitate-estrategiak.

Saltoki txikietako salmentaren zerbitzu gehigarriak.

Kalitatea neurtzeko tresnak.

Txikizkako merkataritzan eragina duen esparru nazionaleko, autonomia-erkidegoko eta tokiko araudia.

Bezeroekiko harremanak kudeatzeko informatika-tresnak.

Saltokian gorabeherak, kexak eta erreklamazioak kudeatzeko plana.

Bezeroen gogobetetasun-maila neurtzeko tresnak.

Kontsumitzailea babesteko araudia, saltoki txikiei aplikatua.

Instalazioen mantentze-lanak eta dendako produktuen erakusketa egiaztatzeko teknikak, merkataritza- eta segurtasun irizpideak aplikatuta.

Saltoki txikiaren kalitate-plana.

Lanbidearen zeregin (edo jarduera tekniko) 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: Biltegiko teknikak

Kodea: 1228

Kurtsoa: 1

Iraupena: 99 ordu

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Biltegiko salgaien fluxuak eta eragiketak egiteko beharrezkoak diren eguneroko zereginak planifikatzen ditu, eta erabilgarri dauden baliabideak optimizatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Denboraldi jakin batean biltegian aurreikusitako eragiketa eta fluxuen informazioa antolatu du.

b) Biltegiko eguneroko zereginak langileei esleitu dizkie, jarduera bakoitzari esleitutako denboren arabera.

c) Laneko aginduak eta argibideak behar bezala helarazi dizkie dagozkien langileei.

d) Aurreikusitako biltegiko salgaien sarrerak eta irteerak stockak kudeatzeko sisteman erregistratu ditu.

e) Biltegiko stockaren eguneroko kontrola egin du, eta barneko edo kanpoko bezeroen beharrak bermatu ditu.

f) Komunikabide eta transmisio-bide elektronikoak (EDI) erabili ditu biltegian salgaiak koordinatzeko eta haien jarraipena egiteko.

2.– Salgaiak biltegian hartzeko eta kokatzeko teknikak aplikatzen ditu, eta, horretarako, manipulazio-denborak eta biltegitratze-baldintzak kontrolatzen ditu salgaiaren ezaugarrien arabera.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Ibilgailuetako salgaiak deskargatzeko lanak antolatu ditu, eta ibilgailu bakoitzari biltegian dagokion kaia esleitu dio.

b) Deskargatutako salgaia eta dakarren dokumentazioa bat datozela egiaztatu du.

c) Salgaia biltegitira zergatik itzuli den ikertu du.

d) Salgai bakoitzaren fitxek biltzen dituzten deskargatzeko eta manipulatzeko argibideak identifikatu ditu, salgaiaren osotasuna eta trazabilitatea ziurtatzeko.

e) Salgaiak manipulatzeko denborak kalkulatu ditu, eragiketak optimizatu ditu eta segurtasunari eta laneko arriskuen prebentzioari buruzko araudia bete du.

f) Karga destaldekatzeko eta salgaiak desenbalatzeko lanak antolatu ditu.

g) Hartutako salgaiari kokaleku egokia esleitu dio, haren iraungitze- eta txandakatze-ezaugarriak kontuan hartuta, besteak beste.

3.– Eskaerak prestatzeko eta biltegiko salgaiak bidaltzeko baldintzak zehazten ditu, eta, horretarako, manipulazioaren eta garraioaren alorrean indarrean dagoen araudiaren arabera optimizatzen ditu denborak eta baliabideak.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Ezarritako kudeaketa-sistemaren bidez eskaerak prestatzeko argibideak helarazi ditu.

b) Salgaien karga-unitateetako kokapena optimizatu du, hutsuneak minimizatuta eta haien estibatzea ziurtatuta.

c) Salgaiaren eta biltegiaren ezaugarrietarako egokiena den salgaiak prestatzeko eta enbaltzeko metodoa zehaztu du.

d) Eskaerak prestatzeko eremua salgaiz hornitzeko sistema diseinatu du, eta horretarako beharrezkoak diren eragiketak optimizatu ditu.

e) Beste zenbait zereginen artean, bidaliko diren salgaiak seinaleztatu, errotulatu, kodetu eta etiketatu ditu.

f) Bidalitako salgaiarekin batera doan dokumentazioa prestatu du.

g) Bidalitako salgaiaren garraioan enpresarentzat onurazkoenak diren aseguruaren baldintzak aintzat hartu ditu.

h) Bidalitako salgaiarentzako garraio egokiena hautatu du.

4.– Biltegian salgaien stockak kudeatzeko teknikak aplikatzen ditu, eta, horretarako, kontrol-parametroak aztertzen ditu eta inbentarioak egiten ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Biltegian inbentarioak kudeatzeko eta kontrolatzeko erabili ohi diren parametroak kalkulatu ditu.

b) Desbideratzeak eta stock-hausturak hautemango dituzten aldagaiak kuantifikatzeko irizpideak ezarri ditu.

c) Bitarteko konbentzionalen edo informatikoen bidez egindako inbentarioak kontrolatzeko sistemak ezarri ditu.

d) Inbentarioak egitean, egokitu denean, aurkitutako aldeak erregularizatuko dituzten biltegiaren funtzionamendu-arauak edo protokoloak ezarri ditu.

e) Stock fisikoaren eta kontabilitatekoaren artean izan daitezkeen deskoadratzeen zergatikoak identifikatu ditu.

f) Biltegiko deskoadratzeak zuzenduko dituzten neurriak proposatu ditu, eta ezarritako zehaztapenen arabera eman du gorabeheren berri.

5.– Biltegiko langileen eguneroko jarduerak programatzen ditu, eta biltegiko jardueren garapen efektiboa eta eraginkorra bermatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Biltegiko eragiketa bakoitzari esleitutako langile kopurua zehaztu du, jasotako aginduen eta zehaztapenen arabera.
- b) Biltegiko zeregin bakoitzari langileak esleitu dizkio, laneko araudia eta segurtasunari eta laneko arriskuen prebentzioari buruzkoa errespetatuta.
- c) Biltegiko langileek egin behar dituzten eguneroko jardueren aginduak eta argibideak jakinarazteko sistemak ezarri ditu.
- d) Biltegiko langileen agindu eta jardueren garapena kontrolatzeko metodoak ezarri ditu, antolakundeak ezarritako kalitate-sistemen arabera.
- e) Produktibitatea hobetuko duten kronogramak ezarri ditu biltegiko ohiko eragiketak egiteko.
- f) Biltegiko langileen informazio- eta prestakuntza-beharrak ezaugarritu ditu.
- g) Biltegiko langileen artean integrazioa eta talde-lana sustatuko duten komunikazio-teknikak sartu ditu.

6.– Kalitate-sistema hobetuko duten biltegiak kudeatzeko eta antolatzekeo informatika-aplikazioak maneiatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Informatika-aplikazioen bidez eraginkortasunez kudea daitezkeen biltegiko zeregin nagusiak zehaztu ditu.
- b) Merkatuan daudenen artean, biltegiko zereginak kudea ditzaketen informatika-aplikazioak zein diren zehaztu du.
- c) Informatika-aplikazio egokiak erabili ditu biltegiaren merkataritza-kudeaketa egiteko.
- d) Simulagailu egokiak erabili ditu kargak, paletizazioa, enbalajeak eta garraiobideak optimizatzeko.
- e) Biltegiko zereginak automatizatzeko eta eraginkor bihurtzeko konponbide logistikoak zehaztu ditu.
- f) Enpresaren kalitate-sistema etengabe hobetzeko informatika-aplikazioak erabili ditu.

7.– Biltegiko eragiketetan segurtasun- eta higiene-araudia aplikatzen du, laneko istripuak prebenitzeko prozeduren bidez.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Biltegi baten barruko eguneroko lanean izan ohi diren gorabeherak eta istripuak zehaztu ditu.
- b) Salgaiak biltegitratzearen berezko jardueretan segurtasunaren, higiearen eta laneko arriskuen prebentzioaren alorrean aplikatzeko den araudia zehaztu du.
- c) Biltegiaren barruan salgaia manipulatzeko istripurik izanez gero hartu behar diren neurriak ezaugarritu ditu.
- d) Biltegian istripurik izanez gero jarraitu beharreko prozedura ezarri du.
- e) Biltegiko jardueretan sortzen diren karga fisikoak eta mentalak deskribatu ditu.

f) Biltegiaren sute txikiak izanez gero hartu behar diren segurtasun-neurriak eta beharrezkoak diren babes-bitartekoak deskribatu ditu.

B) Edukiak:

1.– Biltegiaren salgaien fluxuak eta eragiketak egiteko beharrezkoak diren eguneroko zereginak planifikatzea.

Denboraldi jakin batean biltegiaren aurreikusitako eragiketa eta fluxuen informazioa antolatzea.

Biltegiaren eguneroko zereginak langileei esleitzea, jarduera bakoitzari esleitutako denborekin araberak.

Laneko aginduak eta argibideak behar bezala helaraztea dagokien langileei.

Aurreikusitako biltegiaren salgaien sarrerak eta irteerak stockak kudeatzeko sisteman erregistratzea.

Biltegiaren stockaren eguneroko kontrola egitea, eta barneko edo kanpoko bezeroen beharrak bermatzea.

Komunikabide eta transmisio-bide elektronikoak (EDI) erabiltzea biltegiaren salgaiak koordinatzeko eta haien jarraipena egiteko.

Enpresako logistika.

Biltegiaren bateko eragiketak.

Biltegiaren motak.

Biltegiaren diseinua.

Biltegiaren baten ahalmena.

Biltegiaren langileak.

Biltegiaren salgai motak.

Salgaien kodifikazioa.

Biltegiaren sistemak.

Biltegiaren unitateak.

Manipulatzeko eta biltegiatzeko tresneria.

Izakinen kontrola.

Dokumentuen transmisio elektronikoa.

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

Jarrera ordenatua eta metodikoa lanak egitean.

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

2.– Salgaiak biltegiaren hartzeko eta kokatzeko teknikak aplikatzea.

Ibilgailuetako salgaiak deskargatzeko lanak antolatzea, eta ibilgailu bakoitzari biltegian dagoen kaia esleitzea.

Deskargatutako salgaia eta dakarren dokumentazioa bat datozela egiaztatzea.

Salgaia biltegiara zergatik itzuli den ikertzea.

Salgai bakoitzaren fitxek biltzen dituzten deskargatzeko eta manipulatzeko argibideak identifikatzea, salgaiaren osotasuna eta trazabilitatea ziurtatzeko.

Salgaiak manipulatzeko denborak kalkulatzeko, eragiketarako optimizatzea eta segurtasunari eta laneko arriskuen prebentzioari buruzko araudia betetzea.

Karga destaldekatzeko eta salgaiak desenbalatzeko lanak antolatzea.

Hartutako salgaiari kokaleku egokia esleitzea, haren iraungitze- eta txandakatze-ezaugarriak kontuan hartuta, besteak beste.

Kargatzeko eta deskargatzeko kaiak.

Salgaiarekin batera doazen dokumentuak.

Hartutako salgaiaren ikuskapena.

Alderantzizko logistika.

Salgaien trazabilitatea.

Salgaien taldeketa eta destaldeketa.

Salgaien iraungitzea.

Salgai bereziak.

Biltegien zonifikazioa.

Biltegioko salgaien txandakatzea.

Denborak kalkulatzeko.

Zeregin bat egiteko epeko konpromisoa.

Jarrera ordenatua eta metodikoa lanak egitean.

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

3.– Eskaerak prestatzeko eta salgaia bidaltzeko baldintzak zehaztea.

Ezarritako kudeaketa-sistemaren bidez eskaerak prestatzeko argibideak helaraztea.

Salgaien karga-unitateetako kokapena optimizatzea, hutsuneak minimizatuta eta haien estibaztea ziurtatuta.

Salgaiaren eta biltegiaren ezaugarrietarako egokiena den salgaiak prestatzeko eta enbalatzeko metodoa zehaztea.

Eskaerak prestatzeko eremua salgaiz hornitzeko sistemaren diseinua lantzea, eta horretarako beharrezkoak diren eragiketarako optimizatzea.

Beste zenbait zereginen artean, bidaliko diren salgaiak seinaleztatzea, errotulatzea, kodetzea eta etiketatzea.

Bidalitako salgaiarekin batera doan dokumentazioa prestatzea.

Bidalitako salgaiaren garraioan enpresarentzat onurazkoenak diren aseguruaren baldintzak aintzat hartzea.

Bidalitako salgaiarentzako garraibide egokiena hautatzea.

Eskaera-aginduak.

Eskaerak prestatzeko sistemak.

Eskaerak prestatzeko faseak.

Biltegiko salgaien kokalekua.

Salgaiaren enbalajea.

Eskaera seinaleztatzea eta errotulatzea.

Etiketatea.

Seinaleztatzeko eta errotulatzeko araudia eta gomendioak.

Enbalatzeko materialak eta tresneria.

Salgaien taldeketa.

Bidalketen dokumentazioa.

Salgaien garraioa.

Salgaien gaineko aseguruak.

Biltegiko hondakinen kudeaketa.

Hondakinak biltegitratzeari eta kudeatzeari buruzko ingurumen-araudia.

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

Jarrera ordenatua eta metodikoa lanak egitean.

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

4.– Salgaien stockak kudeatzeko teknikak aplikatzea.

Biltegian inbentarioak kudeatzeko eta kontrolatzeko erabili ohi diren parametroak lortzea.

Desbideratzeak eta stock-hausturak hautemango dituzten aldagaiak kuantifikatzeko irizpideak zehaztea.

Bitarteko konbentzionalen edo informatikoen bidez egindako inbentarioak kontrolatzeko sistemak erabiltzea.

Inbentarioak egitean, egokitzen denean, aurkitutako aldeak erregularizatuko dituzten biltegiaren funtzionamendu-arauak edo protokoloak zehaztea.

Stock fisikoaren eta kontabilitatekoaren artean izan daitezkeen deskoadratzeen zergatikoak identifikatzea.

Biltegiko deskoadratzeak zuzenduko dituzten neurriak aplikatzea, eta ezarritako zehaztapenen arabera ematea gorabeheren berri.

Salgaien stockak.

Stock motak.

Stockak kudeatzeko indizeak.

Stock-hausturaren kostua.

Stockak kudeatzeko eta birjartzeko sistemak.

Lote ekonomikoa.

Eskaera-puntua.

Izakinen balorazioa. Balorazio-metodoak eta -irizpideak.

Inbentarioak.

Zeregin bat egiteko epeakiko konpromisoa.

Jarrera ordenatua eta metodikoa lanak egitean.

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

5.– Biltegiko langileen jarduerak programatzea.

Biltegiko eragiketa bakoitzari esleitutako langile kopurua zehaztea, jasotako aginduen eta zehaztapenen arabera.

Biltegiko zeregin bakoitzari langileak esleitzea, laneko araudia eta segurtasunari eta laneko arriskuen prebentzioari buruzkoa errespetatuta.

Biltegiko langileek egin behar dituzten eguneroko jardueren aginduak eta argibideak jakinarazteko sistemak erabiltzea.

Biltegiko langileen agindu eta jardueren garapena kontrolatzeko metodoak aplikatzea, antolakundeak ezarritako kalitate-sistemen arabera.

Produktibitatea hobetuko duten kronogramak lantzea biltegiko ohiko eragiketak egiteko.

Biltegiko langileen informazio- eta prestakuntza-beharrak ikertzea.

Biltegiko langileen artean integrazioa eta talde-lana sustatuko duten komunikazio-teknikak sartzea.

Logistika-saila.

Biltegi barruko egiteko nagusiak.

Biltegi barruko talde-lana.

Biltegiko talde-laneko komunikazio-teknikak.

Hitzezko eta hitz gabeko komunikazioa.

Entzute aktiboa.

Biltegi barruko taldeko portaera asertiboko teknikak.

Biltegiko lan-taldearen koordinazioa.

Biltegiko taldearen prestakuntza-beharrak.

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

Zeregin bat egiteko epeko konpromisoa.

Jarrera ordenatua eta metodikoa lanak egitean.

6.– Biltegiak kudeatzeko eta antolatzeke informatika-aplikazioak maneiatzea.

Informatika-aplikazioen bidez eraginkortasunez kudea daitezkeen biltegiko zeregin nagusiak zehaztea.

Informatika-aplikazio egokiak erabiltzea biltegiaren merkataritza-kudeaketa egiteko.

Simulagailu egokiak hautatzea kargak, paletizazioa, enbalajeak eta garraiobideak optimizatzeko.

Biltegiko zereginak automatizatzeko eta eraginkor bihurtzeko konponbide logistikoak lortzea.

Enpresaren kalitate-sistema etengabe hobetzeko informatika-aplikazioak erabiltzea.

Biltegiaren informatika.

Biltegiak kudeatzeko erabiltzen diren informatika-aplikazio espezifikoak.

Zereginen simulagailuak.

Biltegiaren automatizazioa.

Biltegiaren salgaia kokatzeko eta haren jarraipena egiteko informatika-sistemak.

Biltegiko informazio- eta komunikazio-sistemak.

Salgaiak biltegitzeko zerbitzuaren kalitatea.

Bezeroei eskainitako zerbitzuaren maila.

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

Jarrera ordenatua eta metodikoa lanak egitean.

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

7.– Biltegiaren segurtasunari, higienari eta laneko arriskuen prebentzioari buruzko araudia aplikatzea.

Biltegi baten barruko eguneroko lanean izan ohi diren gorabeherak eta istripuak zehaztea.

Salgaiak biltegiratzearen berezko jardueretan segurtasunaren, higiearen eta laneko arriskuen prebentzioaren alorrean aplikatzekoa den araudia interpretatzea.

Biltegiaren barruan salgaia manipulatzeko istripurik izanez gero hartu behar diren neurriak planifikatzea.

Biltegian istripurik izanez gero jarraitu beharreko prozedura lantzea.

Biltegioko jardueretan sortzen diren karga fisikoak eta mentalak deskribatzea.

Biltegian sute txikirik izanez gero hartu behar diren segurtasun-neurriak eta beharrezkoak diren babes-bitartekoak planifikatzea.

Biltegioko segurtasun- eta higie-araudia.

Biltegioko laneko arriskuen prebentzioari buruzko araudia.

Salgai arriskutsuak biltegiratzeko segurtasun-araudia.

Salgai galkorrak biltegiratzeko segurtasun- eta higie-araudia.

Salgaiak biltegiratzeko laneko arriskuak.

Segurtasun-seinaleak.

Biltegioko tresneria eta instalazioetako laneko eta segurtasuneko araudia eta gomendioak.

Salgaiak manipulatzeko eta mugitzen izaten diren lan-istripuak.

Biltegioko sute-arriskuak.

Zeregin bat egiteko epeko konpromisoa.

Jarrera ordenatua eta metodikoa lanak egitean.

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

4. lanbide-modulua: Erosketak kudeatzea

Kodea: 1229

Kurtsoa: 1

Iraupena: 99 ordu

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Saltoki txiki baten erosteko beharrak zehazten ditu, eta, horretarako, salmenta-aurreikuspenak egiten ditu, besteak beste datu historikoak, joerak, salmenta-puntuaren ahalmena eta txandakatzea abiapuntu hartuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Egindako salmentei eta dendako biltegian dauden salgaien izakinei buruzko informazioa, egunero jasotakoa, antolatu du, saltoki txikiak kudeatzeko aplikazioak eta saltokiko terminala erabilita.

b) Dendako salmenten aurreikuspenak egin ditu, eta, horretarako, bildutako informazioa aztertu du eta inferentzia estatistikoko teknikak erabili ditu.

c) Merkataritza-eskari handieneko eta txikieneko aldiak zehaztu ditu, urtarokotasunaren eta inguruko merkataritza-jardueraren bilakaeraren arabera.

d) Kalkulu-orriak erabili ditu aurreikusitako salmenten eta benetakoen zifrak konparatzeko.

e) Aurreikusitako salmenten eta benetakoen zifren artean hautemandako desbideratzeen zer-gatikoak identifikatu ditu.

f) Salgaien erreferentzia bakoitzaren stock optimoa eta minimoa zehaztu ditu, eskariaren, pro-dukтуaren txandakatzearen eta biltegiaren ahalmenaren arabera.

g) Salgaien erosketen programazioa egin du, dendaren hornikuntza ziurtatzeko behar adinako aurrerapenarekin eta maiztasunarekin.

h) Salmenta-puntuan erreferentzia jakin baten stock-hausturak eragindako kostu nagusiak iden-tifikatu ditu.

2.– Salgaien hornikuntza-planak egiten ditu, eta, horretarako, dendaren etengabeko eta aldian behingo hornidura bermatuko duten hornitzaileak hautatzeko teknikak erabiltzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Erabilgarri dauden iturriak abiapuntu hartuta, hornitzaileak hautatzeko irizpideak ezarri ditu.

b) Datu-baseak eta kalkulu-orriak bezalako bulegotika-aplikazio orokorrak erabili ditu hornitzai-leen informazioa hautatzeko eta/edo eguneratzeko.

c) Hornitzaileei, merkataritza-banatzzaileei edo erosketa-zentralei eskaintzak eskatu dizkie, bitar-teko konbentzionalen edo telematikoen bidez.

d) Hornitzaileei, merkataritza-banatzzaileei edo erosketa-zentralei eskaintzak eskatzean negozia-zio-teknikak erabili ditu, eta beharrezkoak diren eskakizunak eta salgaien horniduraren baldintzak zehaztu ditu.

e) Eskaintza onurazkoena zehaztu du, hornitzaileek, merkataritza-banatzzaileek edo erosketa-zentralek eskaintako baldintzak konparatu ondoren.

f) Eskaerak hornitzaileei, merkataritza-banatzzaileei edo erosketa-zentralei jakinarazteko eta iza-pidetzeko prozedura ezarri du.

g) Salgaien erosketa formalizatzeko beharrezkoak diren dokumentuak zehaztu ditu, adostutako baldintzak islatu eta alderdien erantzukizunak xehatuko dituztenak.

3.– Salgaiak erosteko dokumentazioa izapidetzen du, eskaerak egiten ditu, albaranak kontro-latzen ditu eta fakturak dirutzen ditu, hornitzaileekin edo erosketa-zentralekin erabili ohi dituen prozeduren arabera.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Saltoki txikietako salgaien erosketan eta horniduran erabiltzen diren dokumentu motak zein diren zehaztu du.

b) Salgaiak erosteko prozesuan beharrezkoak diren dokumentuak egin ditu, bulegotika-aplika-zioak erabilia.

c) Erosketa-prozesuan hornitzaileekin, merkataritza-banatzzaileekin edo erosketa-zentralekin komunikatzeko erabili ohi diren bideak identifikatu ditu.

d) Hornitzaileen, merkataritza-banatzaileen edo erosketa-zentralen fakturak interpretatu ditu, eta horietan sartzen den klausula bakoitzak dakarren erantzukizuna ulertu du.

e) Hornitzaileei, merkataritza-banatzaileei edo erosketa-zentralei erosketak egiteko eragikete-tan gastu-oharrak eta garraio-dokumentu osagarriak zehaztu ditu.

f) Hornitzaileek, merkataritza-banatzaileek edo erosketa-zentralek igorritako faktura elektroni-koak informatika-euskarrian gorde ditu.

g) Hornitzaileen, merkataritza-banatzaileen edo erosketa-zentralen fakturretan erabili ohi diren ordainbideak identifikatu ditu.

4.– Eskaerak hartzeko prozesua kudeatu eta kontrolatzen du, eta hornitzaileekin, merkataritza-banatzaileekin edo erosketa-zentralekin ezarritako merkataritza-irizpideen arabera egiaztatzen ditu eskaerak.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Egindako eskaera eta hartutako salgaia bat datozela egiaztatu du, kopuruari, entrega-epeari, kalitateari eta prezioari dagokienez.

b) Eskaera hartzean izan litezkeen gorabeherak identifikatu ditu.

c) Gorabeherak hornitzaileari jakinarazteko eta harekin konponbidea aurkitzeko prozedura bat ezarri du.

d) Salgaiak desenbalatzeko kasu bakoitzean beharrezkoak diren erremintak edo lanabesak zehaztu ditu, kalterik edo hausturarik izan ez dadin.

e) Salgaiak desenbalatzen diren bitartean hartu behar diren neurriak identifikatu ditu, ingurume-naren alorrean indarrean dagoen araudia errespetatzeko.

f) Salgaiak hartzeko lanak informatizatu ditu, gero errazagoa izan dadin haiek biltegitratzea eta stock erabilgarria kudeatzea.

5.– Saltokian ezarritako aukera edo sortaren egokitasuna egiaztatzen du, haren errentagarri-tasuna kalkulatu du eta iraungitako eta zaharkitutako produktuak eta produktu berrien aukerak hautematen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Eskainitako produktuen errentagarritasuna kalkulatu du, salmenta kopuruaren eta mozkin-mar-jinen oinarrizko ratioak erabilita.

b) Eskainitako produktuen erakargarritasuna baloratu du, bezeroei elkarrizketak edo inkestak eginez.

c) Joera berriei eta produktuen berrikuntzei buruz lortutako informazioa sistematizatu du, eta, horretarako, azoka sektorialetara joan da eta argitalpen espezializatuak, on line iturriak eta beste zenbait iturri kontsultatu ditu.

d) Iraungitako produktuak edo zaharkitzeko arriskua dutenak berrikusteko plan bat landu du, aldi horretako salmentak eta bezeroen gogobetetasuna aztertuta.

e) Produktuak likidatzeko plan bat landu du, eta beharrezkoak diren ekintzak eta gauzatzeko epeak ezarri ditu.

f) Saltokiaren eragin-eremuaren barruan lehiakideek eskainitako produktuei buruzko merkataritza-informazioa lortu du, eta bere eskaintzarekin konparatu du.

g) Sorta edo aukerari produktu berriak gehitzeko irizpideak ezarri ditu, eta eskainitako errentagarritasuna eta haren osagarritasuna baloratu du.

6.– Saltoki bateko salerosketa kudeatzen du, saltokiko terminala (ST) erabilia.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Saltoki txiki baten merkataritza-eragiketarako kudeatzeko software egokia instalatu du saltokiko terminalean.

b) Saltokiko terminalean enpresa berri bat sortu du, eta normaltasunez funtzionatzeko behar izaten diren parametro guztiak konfiguratu ditu.

c) Besteak beste, biltegiei, hornitzaileei, artikuluei eta bezeroei alta egin die, kasu bakoitzean eskatzen diren datuak sartuta.

d) Saltokiko terminalaren periferikoak konfiguratu ditu, eta ergonomikoki ezarri ditu lanpostuan.

e) Hornitzaileei erosketak egin dizkie, eta, horretarako, prozesu osoari jarraitu dio, eskaera egi-ten denetik hasi eta faktura kontabilizatu arte.

f) Saltokiko terminalean jasotako salgaien sustapenak diseinatu ditu.

g) Salgaiak saltokiko terminalaren bitartez kobratzeko zereginak egin ditu.

h) Aldaketak egin ditu jatorrian konfiguratutako prezioetan, produktuen nolakotasunetan, ordaintxartelean eta igorritako fakturetan.

B) Edukiak:

1.– Saltoki txiki bat erosi beharra zehaztea.

Egindako salmentei eta dendako biltegian dauden salgaien izakinei buruzko informazioa, egu-nero jasotakoa, antolatzea, saltoki txikiak kudeatzeko aplikazioak eta saltokiko terminala erabilia.

Dendako salmenten aurreikuspenak egitea, eta, horretarako, bildutako informazioa aztertzea eta inferentzia estatistikoko teknikak erabiltzea.

Merkataritza-eskari handieneko eta txikieneko aldiak zehaztea, urtarokotasunaren eta inguruko merkataritza-jardueraren bilakaeraren arabera.

Kalkulu-orriak erabiltzea aurreikusitako salmenten eta benetakoen zifrak konparatzeko.

Aurreikusitako salmenten eta benetakoen zifren artean hautemandako desbideratzeen zergati-koak identifikatzea.

Salgaien erreferentzia bakoitzaren stock optimoa eta minimoa zehaztea, eskariaren, produktua- ren txandakatzearen eta biltegiaren ahalmenaren arabera.

Salgaien erosketen programazioa egitea, dendaren hornikuntza ziurtatzeko behar adinako aurrerapenarekin eta maiztasunarekin.

Salmenta-puntuan erreferentzia jakin baten stock-hausturak eragindako kostu nagusiak identi- fikatzea.

Enpresaren funtzio logistikoa.

Erabateko kalitatea eta unean uneko sistema (just in time).

Kostu logistikoak.

Erosketa-zikloa.

Kalitatearen eta zerbitzu-mailaren aldagaiak.

Stock optimoa eta minimoa.

Salmenta-puntuko birjartze-beharren adierazleak.

Salmenten aurreikuspena.

Joerak.

Eskariaren aldakuntza.

Inferentzia estatistikoaren teknikak.

Eskaeren programa.

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

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

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

2.– Salgaien hornikuntza-planak egitea.

Erabilgarri dauden iturriak abiapuntu hartuta, hornitzaileak hautatzeko irizpideak zehaztea.

Datu-baseak eta kalkulu-orriak bezalako bulegotika-aplikazio orokorrak erabiltzea hornitzaileen informazioa hautatzeko eta eguneratzeko.

Hornitzaileei, merkataritza-banatzaileei edo erosketa-zentralei eskaintzak eskatzea, bitarteko konbentzionalen edo telematikoen bidez.

Hornitzaileei, merkataritza-banatzaileei edo erosketa-zentralei eskaintzak eskatzean negoziatze-tekniak erabiltzea, eta beharrezkoak diren eskakizunak eta salgaien horniduraren baldintzak zehaztea.

Eskaintza onurazkoena zehaztea, hornitzaileek, merkataritza-banatzaileek edo erosketa-zentralek eskainitako baldintzak konparatu ondoren.

Eskaerak hornitzaileei, merkataritza-banatzaileei edo erosketa-zentralei jakinarazteko eta izapidetzeko prozedura sortzea.

Salgaien erosketa formalizatzeko beharrezkoak diren dokumentuak lantzea, adostutako baldintzak islatu eta alderdien erantzukizunak xehatuko dituztenak.

Erosketa-zentralak.

Handizkariak eta handizkako hornikuntza.

Internet erosketa-kanal gisa.

Erosterko beharrak zehaztea: eskaera-bolumena, prezioa, biltegitzeko ahalmena eta kostua, eta entrega-epea.

Hornitzaileak hautatzea.

Hautatzeko irizpideak.

Hornidura-baldintzak negoziatzeko teknikak.

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

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

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

3.– Salgaiak erosterko dokumentazioa izapidetzea.

Saltoki txikietako salgaien erosketan eta horniduran erabiltzen diren dokumentu motak zein diren zehaztea.

Salgaiak erosterko prozesuan beharrezkoak diren dokumentuak egitea, bulegotika-aplikazioak erabilia.

Erosketa-prozesuan, hornitzaileekin, merkataritza-banatzailerekin edo erosketa-zentralekin komunikatzeko erabili ohi diren bideak identifikatzea.

Hornitzaileen, merkataritza-banatzaileen edo erosketa-zentralen fakturak interpretatzea, eta horietan sartzen den klausula bakoitzak dakarren erantzukizuna ulertzea.

Hornitzaileei, merkataritza-banatzaileei edo erosketa-zentralei erosketak egiteko eragiketetan gastu-oharrak eta garraio-dokumentu osagarriak zehaztea.

Hornitzaileek, merkataritza-banatzaileek edo erosketa-zentralek igorritako faktura elektronikoak informatika-euskarrian gordetzea.

Hornitzaileen, merkataritza-banatzaileen edo erosketa-zentralen fakturetan erabili ohi diren ordainbideak identifikatzea.

Hornidura-kontratua.

Hornikuntzaren baldintza-agiria.

Eskaeren administrazio-kudeaketa.

Erosketak izapidetzeko komunikazio-teknikak.

Erosketa- eta eskaera-aginduak.

Entrega-albaranak.

Fakturak.

Abonu-agiriak, gastu-oharrak, garraio-gutunak.

Ordainbideak (kanbio-letrak, txekeak, ordainagiriak...).

Bulegotika-programak eta Internet, salerosketa-dokumentuen laguntza gisa.

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

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

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

4.– Eskaerak hartzeko prozesua kudeatzea eta kontrolatzea.

Egindako eskaera eta hartutako salgaia bat datozela egiaztatzea, kopuruari, entrega-epeari, kalitateari eta prezioari dagokienez.

Eskaera hartzean izan litezkeen gorabeherak identifikatzea.

Gorabeherak hornitzaileari jakinarazteko eta harekin konponbidea aurkitzeko prozedura bat ezartzea.

Salgaiak desenbalatzeko kasu bakoitzean beharrezkoak diren erremintak edo lanabesak zehaztea, kalterik edo hausturarik izan ez dadin.

Salgaiak desenbalatzen diren bitartean hartu behar diren neurriak identifikatzea, ingurumenaren alorrean indarrean dagoen araudia errespetatzeko.

Salgaiak hartzeko lanak informatizatzea, gero errazagoa izan dadin haiek biltegitratzea eta stock erabilgarria kudeatzea.

Eskaeren harrera.

Salgaien ikuskapena.

Eskaeretan izandako gorabeherak.

Galera ezezaguna.

Produktuak desenbalatzea.

Salgaiak desenbalatzeko ingurumen-araudia.

Biltegiak kudeatzeko informatika-aplikazioak.

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

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

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

5.– Saltokian ezarritako aukera edo sortaren errentagarritasuna egokia dela egiaztatzea.

Eskaintako produktuen errentagarritasuna kalkulatzeko, salmenta kopuruaren eta mozkin-marjinen oinarrizko ratioak erabilita.

Eskaintako produktuen erakargarritasuna baloratzea, bezeroei elkarrizketak edo inkestak eginenez.

Joera berriei eta produktuen berrikuntzei buruz lortutako informazioa sistematizatzea, eta, horretarako, azoka sektorialetara joatea eta argitalpen espezializatuak, on line iturriak eta beste zenbait iturri kontsultatzea.

Iraungitako produktuak edo zaharkitzeko arriskua dutenak berrikusteko plan bat lantzea, aldi horretako salmentak eta bezeroen gogobetetasuna aztertuta.

Produktuak likidatzeko plan bat lantzea, eta beharrezkoak diren ekintzak eta gauzatzeko epeak ezartzea.

Saltokiaren eragin-eremuaren barruan lehiakideek eskainitako produktuei buruzko merkataritza-informazioa lortzea, eta bere eskaintzarekin konparatzea.

Sorta edo aukerari produktu berriak gehitzeko irizpideak ezartzea, eta eskainitako errentagarritasuna eta haren osagarritasuna baloratzea.

Salmentak kudeatzeko indizeak.

Produktuak kudeatzeko ratioak.

Zirkulazio-indizea.

Erakarpen-indizea.

Erosketa-indizea.

Linealeko produktibitate-ratioa.

Linealeko errentagarritasun-indizea.

Linealeko mozkin-ratioa.

Garatutako linealeko errentagarritasun-indizea.

Linealaren errendimendua.

Aukera edo sortaren jarraipena.

ABC analisia.

Erreferentzien AMIA analisia.

Produktu zaharkituak eta errentagarritasun txikiko produktuak hautematea.

Produktu-gamari berrikuntzak eta nobedadeak gehitzea.

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

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

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

6.– Saltoki txiki baten salerosketa egitea.

Saltoki txiki baten merkataritza-eragiketak kudeatzeko software egokia instalatzea saltokiko terminalean.

Saltokiko terminalean enpresa berri bat sortzea, eta normaltasunez funtzionatzeko behar izaten diren parametro guztiak konfiguratzeko.

Besteak beste, biltegiei, hornitzaileei, artikuluei eta bezeroei alta egitea eta haiek konfiguratzeko, kasu bakoitzean eskatzen diren datuak sartuta.

Saltokiko terminalaren periferikoak konfiguratzeko, eta lanpostuan ergonomikoki ezartzea.

Hornitzaileei erosketak egitea, eta, horretarako, prozesu osoari jarraitzea, eskaera egiten dene-tik hasi eta faktura kontabilizatu arte.

Saltokiko terminalean jasotako salgaien sustapenak diseinatzea.

Salgaiak saltokiko terminalaren bitartez kobratzeko zereginak egitea.

Jatorrian konfiguratutako prezioetan, produktuen nolakotasunetan, ordain-txartelean eta igorri-tako fakturetan aldaketak egitea.

Saltokiko terminaletarako software baliagarria.

Hornikuntzaren kudeaketa integratua.

Saltokiko terminalean enpresa bat sortzeko beharrezkoak diren datuak.

Besteak beste, biltegien, hornitzaileen, artikuluen eta bezeroen alta.

Saltokiko terminalaren periferikoak.

Saltokiko terminalean eskaerak, albaranak, fakturak eta ordainbideak kudeatzea.

Saltokiko terminalarekin egindako sustapenak.

Salgaiak saltokiko terminalarekin kobratzea.

Bezeroentzako aurrekontuak.

Saltokiko terminalen konfigurazioa.

Tiketak.

Kutxa.

Erosketen, salmenten eta biltegiko estatistikak eta txostenak prestatzea.

Estatistika-grafikoak sortzea.

Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurrei-kusita.

Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna iza-tea.

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

5. lanbide-modulua: Salmenta tekniko

Kodea: 1230

Kurtsoa: 2

Iraupena: 126 ordu

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Produktu industrialen eta lehen sektorekoen merkataritza-eskaintzak lantzen ditu, eta salmenta-argumentuak bezero mota bakoitzera egokitzen ditu (txikizkariak, handizkariak eta instituzionalak).

Ebaluazio-irizpideak:

a) Bezero industrialen eta handizkarien informazio-iturriak bilatu ditu.

b) Produktu aldagaian zentratutako salmenta-argumentarioak landu ditu: produktuen atributu fisikoak, osaera, utilitateak eta aplikazioak.

c) Bezero instituzional, industrial edo handizkari bati produktuen eskaintzen proposamenak egin dizkio.

d) Eskaintako produktuen material, osagarri eta osagai berrien abantailak azpimarratu ditu.

e) Produktuaren azpialdagaiak hautatu ditu, hala nola ontzia, etiketatzea, ziurtapena eta segurtasuna, eskaintako produktuaren onurak indartzeko marketin-tresna gisa.

2.– Zerbitzuen merkataritza-eskaintzak prestatzen ditu, eta salmenta-argumentuak proposatutako zerbitzuaren ezaugarri espezifikoa eta bezero bakoitzaren beharretara egokitzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Zerbitzuen berezko ezaugarriak identifikatu ditu, hala nola berehalako iraungitzea, puntualki kontzentratutako eskaria, ukiezintasuna, bereizezintasuna eta heterogeneotasuna.

b) Zerbitzuen eskaintzen helburuak lorpen ekonomikoen eta sozialen artean (baldin badaude) egituratu eta hierarkizatu ditu.

c) Bezeroei inkestak egin dizkie, eskaintako zerbitzua zenbateraino ulertu eta onartzen duten jakiteko.

d) Inkesten eraginkortasuna neurtu du, antolakundeak haiek aplikatu ondoren.

e) Zerbitzuak egiteko eskaintza bat onartzeak dakartzan zailtasunak gainditzeko estrategiak aztertu ditu.

f) Zerbitzu publikoen eta pribatuen salmenta-argumentuak prestatu ditu.

g) Epe luzerako zerbitzugintzak kontratatutako dituzten bezeroak erakartzeko proposamenak landu ditu.

3.– Produktu teknologikoen salmentaren berezko jarduerak egiten ditu, eta, horretarako, salmenta-teknika egokiak aplikatzen ditu eta mota horretako ondasunen merkatuaren bilakaerari eta joerei buruzko informazio eguneratua biltzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkaturatze-bideetan eskainitako produktu/zerbitzu teknologikoen zorroak aztertu ditu.
 - b) Merkatuaren datuak lortu ditu bezeroengandik jasotako informazioaren eta iradokizunen bitartez.
 - c) Merkatuko berrikuntzei buruz lortutako informazioa antolatu du, produktuen utilitateetan, erabilera berrietan, erabilerraztasunean, gehigarrietan, osagarrietan eta bateragarritasunetan zentratuta.
 - d) Moda eta joera berriekin bat eginez, produktu eta zerbitzu berriak eta produktu-zorroa osatuko duten modeloen aldaketak edo aldaerak sartzeko aukera argudiatu du.
 - e) Nagusi hurrenari merkataritzaren aldetik errentagarriak diren bezero-segmentuen existentziari buruzko datuak eman dizkio, negozio-lerro berriak proposatu ditu eta enpresan espiritu ekintzailea sustatu du.
 - f) Oso gogobete ez dauden bezero-taldeetan hobetzeko arloak hauteman ditu, haien beharretara hobeto egokituko den produktu/zerbitzu baten eskaintzarekin estal daitezkeenak.
 - g) Produktu teknologikoen eskaintzak landu ditu, aurkezpeneko informatika-tresnak erabilia.
- 4.– Goi-gamako produktuen salmentarekin erlazionatutako jarduerak garatzen ditu, eta, horretarako, kalitate eta ospe handiko marka-irudiaren transmisioa bermatuko duten teknikak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Produktu bat goi-gamakotzat hartzeko arrazoiak ezarri ditu, hala nola prezioa, ezaugarri berritzaileak eta kalitatea.
 - b) Posizionamendu handiko irudi bat hitzezko mintzairaren eta hitzik gabearen, irudi pertsonalaren eta bezeroarentzako tratua bitartez transmititzeko prozedura zehaztu du.
 - c) Komunikazio aldagaian zentratutako salmenta-argumentario bat prestatu du: marka-irudia, jatorria, nortasuna, ezagumendu soziala, talde edo klase bateko kide izatea eta bezero-zorro eskusiboa.
 - d) Posizionamendu handiko produktuak saltzeko eragiketetan argumentu egokiak hautatu ditu.
 - e) Produktua bizkor eta eraginkortasunez paketatuta eta enbalatu du, irudi korporatiboaren parametro estetikoekin bat datozen hainbat teknika erabilia.
 - f) Diru-balio handiko produktuak etiketatu ditu, kasu bakoitzean aplikatzekoa den araudiari jarraiki.
 - g) Salgaiaren segurtasuna lapurretaren aurkako sistemekin aztertu du, eta etiketa eta produktua bat datozela eta bideo-zaintzako kamerek ongi funtzionatzen dutela egiaztatu du.
 - h) Lapurreta bat hautematean antolakundeak ezarritako jardunbideak aztertu ditu.
- 5.– Ondasun higiezin hainbat sustapen-ekintza prestatzen ditu, eta, horretarako, sektorerako egokitutako komunikazio-teknikak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Eskaintzen diren higiezinaren informazioarekin publizitate-mezuak landu ditu.
- b) Zabalkunde-euskarri bakoitzaren abantailak eta eragozpenak konparatu ditu.
- c) Sustapen-materialaren zabalkundea kudeatu du, hainbat komunikabide erabilia.
- d) Salgai edo alokatzeko dauden higiezinaren eskatzaile/bezero potentzialak erakartzeko erabilgarri dauden informazio-iturriak hautatu ditu.
- e) Eskatzaile/bezero potentzialen behar eta aukera ekonomiko eta finantzarioak zehaztu ditu, antolakundeak aurreikusitako neurketa-tresnak aplikatuta.
- f) Bezero posiblearen datuak erregistratu ditu, konfidentzialtasun-irizpideak eta datuen babesari buruzko araudia betez.
- g) Azterketa konparatiboak egin ditu bezeroaren itxaropen eta aukera ekonomikoetara hobekien egokitzen den higiezin-zorroko elementua hautatzeko.

6.– Higiezinak saltzeko prozesuarekin erlazionatutako jarduerak garatzen ditu, eta mota horretako eragiketetan sortzen diren dokumentuak betetzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Bezero potentzialen behar eta nahiekin neurri handienez bat datozen higiezinak hautatu ditu, eta informazioa dossier moduan aurkeztu du.
- b) Bezeroei argi eta eraginkortasunez eman die alde aurretik hautatutako higiezinaren ezaugarrien eta prezioen informazioa.
- c) Bezero potentzialen interesetara gehien egokitzen diren higiezinarentako bisitaldietan funtsezko parametroak hautatu ditu.
- d) Produktu higiezinaren bezero posibleei eragiketaren bitartekotzaren baldintzak helarazi dizkie.
- e) Merkataritza-eragiketa ixtea lortzeko merkataritza-negoiazioeko prozesuak programatu ditu.
- f) Bisita-orriak, aurrekontratuak, kontratuak eta dokumentazio erantsia bete ditu.
- g) Eragiketen jarraipena egin du, bisita berriak planifikatzeko eta eskaintzaren datuetako aldakuntzak erregistratzeko gauza den etengabeko komunikazioko sistema baten bitartez.

7.– Telemarketinako jarduerak garatzen ditu telefono bidez saltzeko, bezeroak erakartzeko eta haien leialtasuna lortzeko eta arreta pertsonalizatua emateko egoeretan, eta kasu bakoitzean teknika egokiak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Telemarketina garatu duten sektoreak identifikatu ditu.
- b) Merkataritza-komunikazioko tresna horrek enpresan betetzen dituen funtzioak aztertu ditu.
- c) Teleoperadore on batek izan behar duen profila aztertu du.
- d) Telemarketinaren bitartez bezeroari arreta pertsonalizatua emateko, hura erakartzeko eta haren leialtasuna lortzeko teknikak ezaugarritu ditu.

e) Telefono bidezko salmenta-prozesuaren etapak identifikatu ditu.

f) Salmenta-deiak egiteko gidoiak landu ditu.

g) Bezeroek planteatzen dituzten objektuak aurreikusi ditu, baita horiei arrakastaz aurre egiteko modua ere.

h) Telemarketinoko eragiketen simulazioak egin ditu bezeroak erakartzeko, atxikitze edo berreskuratzeko kasuetan.

B) Edukiak:

1.– Produktu industrialen merkataritza-eskaintzak lantzea.

Bezero industrialen eta handizkarien informazio-iturriak bilatzea.

Produktu aldagaien zentratutako salmenta-argumentarioak lantzea: produktuen atributu fisikoak, osaera, utilitateak eta aplikazioak.

Bezero instituzional, industrial edo handizkari bati produktuen eskaintzen proposamenak egitea.

Eskaintako produktuen material, osagarri eta osagai berrien abantailak bereiztea.

Produktuaren azpialdagaiak hautatzea, hala nola ontzia, etiketatzea, ziurtapena eta segurtasuna, eskaintako produktuaren onurak indartzeko marketin-tresna gisa.

Bezero industrialari aplikatutako salmenta-teknikak.

Merkataritza-agenteak. Eroslearen eta saltzailearen arteko topaketa sustatzea.

Materialak, osaera eta osagaiak.

Ontzia eta enbalajea salmenta-argumentu gisa.

Ziurtapena marketin-tresna gisa.

Produktuaren segurtasuna bezero industrialaren konfiantza mantentzeko parametro gisa.

Bideratzaileak: aseguru-etxeak eta finantza-erakundeak.

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.

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

2.– Zerbitzuen merkataritza-eskaintzak prestatzea.

Zerbitzuen berezko ezaugarriak identifikatzea, hala nola berehalako iraungitzea, puntualki konzentratutako eskaria, ukiezintasuna, bereizezintasuna eta heterogeneotasuna.

Zerbitzuen eskaintzen helburuak lorpen ekonomikoen eta sozialen artean (baldin badaude) egituratzea eta hierarkizatzea.

Bezeroei inkestak egitea, eskaintako zerbitzua zenbateraino ulertu eta onartzen duten jakiteko.

Inkesten eraginkortasuna neurtzea, antolakundeak haiek aplikatu ondoren.

Zerbitzuak egiteko eskaintza bat onartzeak dakartzan zailtasunak gainditzeko estrategiak aztertzea.

Zerbitzu publikoen eta pribatuen salmenta-argumentuak prestatzea.

Epe luzearako zerbitzugintzak kontratatuko dituzten bezeroak erakartzeko proposamenak lantzea.

Zerbitzuen tipologia.

Zerbitzugintzaren helburuak. Helburu sozialak eta ekonomikoak.

Zerbitzuak erabiltzaileen beharren arabera planifikatzea.

Zerbitzuen berezko ezaugarriak.

Ukiezintasuna eta faktore hori indargabetzeko proposamenak.

Bereizezintasuna eta hori gainditzeko moduak.

Heterogeneotasuna eta hori murrizteko enpresaren borroka. Berehalako iraungitzea, eta erabateko galera saihesteko konponbideak.

Eskaria aldi puntualetan kontzentratzea eta horri aurka egiteko estrategiak.

Zerbitzu-eskaintza gauzatzean erabiltzaileen gogobetetasuna kontrolatzeko sistemak.

Taldekieekin komunikatzeko norberaren ekimena.

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

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

3.– Produktu teknologikoen salmentaren berezko jarduerak egitea

Merkaturatze-bideetan eskainitako produktu/zerbitzu teknologikoen zorroak aztertzea.

Merkatuaren datuak lortzea bezeroengandik jasotako informazioaren eta iradokizunen bitartez.

Merkatuko berrikuntzei buruz lortutako informazioa antolatzea, produktuen utilitateetan, erabilera berrietan, erabilerraztasunean, gehigarrietan, osagarrietan eta bateragarritasunetan zentratuta.

Moda eta joera berriekin bat eginez, produktu eta zerbitzu berriak eta produktu-zorroa osatuko duten modeloen aldaketak edo aldaerak sartzeko aukera argudiatzea.

Nagusi hurrenari merkataritzaren aldetik errentagarriak diren bezero-segmentuen existentziari buruzko datuak ematea, negozio-lerro berriak proposatzea, eta enpresan espirtu ekintzailea sustatzea.

Oso gogobete ez dauden bezero-taldeetan hobetzeko arloak hautematea, haien beharretara hobeto egokituko den produktu/zerbitzu baten eskaintzarekin estal daitezkeenak.

Produktu teknologikoen eskaintzak lantzea, aurkezpeneko informatika-tresnak erabilia.

Jarrera ekintzailea izatea merkatu-nitxo berrien bilaketan.

Berrikuntza eta produktu berrien merkaturatzea.

Sistema eta produktuetako funtzio-elkarketa, erabilera eta utilitate berriak, maneiuko berrikuntzak, gehigarri eta osagarrien garapena, eta bateragarritasunak.

Katalogoak eta argibideen eskuliburuak.

Oso gogobete ez dauden bezeroen kudeaketa eta hobekuntza-iradokizunak.

Berrikuntzen aurkezpenak egitea.

Modaren eta joeren fenomenoak aztertzea. Aurreikuspena.

Bezero preskriptorea merkatuko lantza-punta gisa.

Ingurune aldakorretara egokitzeko enpresaren malgutasuna.

Taldekiekin komunikatzeko norberaren ekimena.

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

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

4.– Goi-gamako produktuen salmentarekin erlazionatutako jarduerak garatzea

Produktu bat goi-gamakotzat hartzeko arrazoiak baloratzea, hala nola prezioa, ezaugarri berri-tzaileak eta kalitatea.

Posizionamendu handiko irudi bat hitzeko mintzairaren eta hitzik gabearen, irudi pertsonalaren eta bezeroarentzako tratua bitartez transmititzeko prozedura zehaztea.

Komunikazio aldagaian zentratutako salmenta-argumentario bat prestatzea: marka-irudia, jatorria, nortasuna, ezagumendu soziala, talde edo klase bateko kide izatea eta bezero-zorro eskusiboa.

Posizionamendu handiko produktuak saltzeko eragiketetan argumentu egokiak hautatzea.

Produktua bizkor eta eraginkortasunez paketatzea eta enbalatzea, irudi korporatiboaren parametro estetikoekin bat datozen hainbat teknika erabilita.

Diru-balio handiko produktuak etiketatzea, kasu bakoitzean aplikatzekoa den araudiari jarraiki.

Salgaiaren segurtasuna lapurretaren aurkako sistemekin aztertzea, eta etiketa eta produktua bat datozela eta bideo-zaintzako kamerek ongi funtzionatzen dutela egiaztatzea.

Lapurreta bat hautematean antolakundeak ezarritako jardunbideak aztertzea.

Posizionamenduaren komunikazioa.

Marka bilatzen duen bezeroa.

Banaketa selektiboa.

Publizitatean aurpegi ezagunak erabiltzea.

Produktua: objektu eskusiboak, serie mugatuak eta egile-modeloak.

Marka-irudia eta irudi pertsonala.

Markaren azterketa.

Paketatze-teknikak.

Etiketatze-araudia.

Produktuentzako alarma-sistemak.

Lapurretaren aurkako politikak.

Taldekideekin komunikatzeko norberaren ekimena.

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

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

5.– Ondasun higiezin hainbat sustapen-ekintza prestatzea.

Eskaintzen diren higiezin informazioarekin publizitate-mezuak lantzea.

Zabalkunde-euskarri bakoitzaren abantailak eta eragozpenak konparatzea.

Sustapen-materialaren zabalkundea kudeatzea, hainbat komunikabide erabilita.

Salgai edo alokatzeko dauden higiezin eskatzaile/bezero potentzialak erakartzeko erabilgarri dauden informazio-iturriak hautatzea.

Eskatzaile/bezero potentzialen behar eta aukera ekonomiko eta finantzarioak zehaztea, antolakundeak aurreikusitako neurketa-tresnak aplikatuta.

Bezero posiblearen datuak erregistratzea, konfidentzialtasun-irizpideak eta datuen babesari buruzko araudia betez.

Azterketa konparatiboak egitea bezeroaren itxaropen eta aukera ekonomikoetara hobekien egokitzen den higiezin-zorroko elementua hautatzeko.

Merkataritza-agentearen eta higiezin-tako merkataritza-aholkulariaren figurak.

Higiezin sustapena: bideak eta kanalak.

Higiezin merkaturatzea: aurrez aurrekoa, telefono bidezkoa eta ordenagailu bidezkoa.

Bezero potentzialen erosteko edo alokatzeko ahalmena.

Datuen babesari buruzko indarreko legeria.

Higiezin salerosteko edo alokatzeko eragiketetan kontsumitzailea babestea.

Antolakundearen datuen konfidentzialtasun-politika.

Higiezin zorroa. Iragazkien arabeko sailkapena: zona, prezioa, bizigarritasun-egoera eta ezaugarriak.

Taldekideekin komunikatzeko norberaren ekimena.

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.

6.– Higiezinak saltzeko prozesuarekin erlazionatutako jarduerak garatzea.

Bezero potentzialen behar eta nahiekin neurri handienez bat datozen higiezinak hautatzea, eta informazioa dosier moduan aurkeztea.

Bezeroei argi eta eraginkortasunez eman die alde aurretik hautatutako higiezinaren ezaugarrien eta prezioen informazioa.

Bezero potentzialen interesetara gehien egokitzen diren higiezinarentako bisitaldietan funtsezko parametroak hautatzea.

Produktu higiezinaren bezero posibleei eragiketaren bitartekotzaren baldintzak helaraztea.

Merkataritza-eragiketa ixtea lortzeko merkataritza-negoiazioeko prozesuak programatzea.

Bisita-orriak, aurrekontratuak, kontratuak eta dokumentazio erantsia betetzea.

Eragiketen jarraipena egitea, bisita berriak planifikatzeko eta eskaintzaren datuetako aldakuntzak erregistratzeko gauza den etengabeko komunikazio sistema baten bitartez.

Higiezin motak: etxebizitza librea, babes ofizialeko etxebizitza eta etxebizitza-kooperatibak.

HEL. Hiri Errentamenduen Legea.

Produktu higiezinaren aurkezpena, bisitaldia eta erakustaldia.

Zorroko higiezinarentako bisitaldia.

Bisita-dokumentua.

Eroste edo alokatzeko erreserba-dokumentua.

Eragiketaren eskritura publikoa.

Higiezinak eragiketak erregulatzen dituen araudia.

Kontratua formalizatzeko gastuak.

Zerga-arloko betebeharrak, desgrabazioak eta hobariak.

Berreala eta pertsonalak.

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

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

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

7.– Telemarketinako jarduerak garatzea.

Telemarketina garatu duten sektoreak identifikatzea.

Merkataritza-komunikazioeko tresna horrek enpresan betetzen dituen funtzioak aztertzea.

Teleoperadore on batek izan behar duen profila aztertzea.

Telemarketinaren bitartez bezeroari arreta pertsonalizatua emateko, hura erakartzeko eta haren leialtasuna lortzeko teknikak ezaugarritzea.

Telefono bidezko salmenta-prozesuaren etapak identifikatzea.

Salmenta-deiak egiteko gidoiak lantzea.

Bezeroek planteatzen dituzketen objektzioak aurreikustea, baita horiei arrakastaz aurre egiteko modua ere.

Telemarketinako eragiketen simulazioak egitea bezeroak erakartzeko, atxikitze edo berreskuratzeko kasuetan.

Telemarketinaren kontzeptua.

BPOrainoko (Business Process Outsourcing) bilakaera.

Telemarketinaren abantailak eta arrakasta-faktoreak.

Telemarketina garatzeko sektore ekonomikoak.

Teleoperadorearen profesiograma.

Telefono bidezko komunikazioko bikaintasunerako jarraibideak.

Solaskideen tipologia.

Telefonoaren erabilerak merkataritza-eragiketetan dituen aplikazioak.

Telefono bidezko merkataritza-ikerketa.

Telefono bidezko salmentaren prozesua.

Telemarketinako jardunetan zerbitzuaren bikaintasuna, kalitatea eta eraginkortasuna neurtzeko ratioak.

Taldekiekin komunikatzeko norberaren ekimena.

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.

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

6. lanbide-modulua: Salmenta-puntuaren dinamizazioa

Kodea: 1231

Kurtsoa: 2

Iraupena: 147 ordu

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Merkataritza-azalera antolatzen du, eta, horretarako, espazioak optimizatzeko teknikak eta segurtasun- eta higiene-irizpideak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Bide publikoan ezartzen diren kanpoko elementuetarako lizentziak eta baimenak lortzeko iza-pide egokiak identifikatu ditu.
- b) Dendako elementuak, altzariak eta erakusketa salmenta-azaleraren beharren arabera anto-latu ditu.
- c) Salmenta-azalera baten banaketan erabiltzen diren merchandising teknika nagusiak zehaztu ditu.
- d) Saltoki bateko gune hotz baten eta gune bero baten ezaugarriak definitu ditu.
- e) Saltokian sartzeko oztopo psikologikoak eta fisikoak murrizteko metodoak zehaztu ditu.
- f) Saltokietan bezeroen zirkulazioa arina izan dadin eta bezeroak barruan ahalik eta denbora luzeenean egon daitezen lortzeko aplikatzen diren neurriak deskribatu ditu.
- g) Zorua produktu-familien arabera linealki banatzeko erabiltzen diren irizpideak deskribatu ditu, eta abantailak eta eragozpenak azaldu ditu.
- h) Merkataritza-azalera baten oinplanoko banaketari dagokion indarreko segurtasun- eta higie-ne-araudia identifikatu du.

2.– Produktuak salmenta-eremuan kokatu, erakusgai jarri eta birjartzen ditu, merkataritza-irizpi-deak, segurtasun-baldintzak eta indarreko araudia kontuan hartuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Produktu-aukeraren dimentsioak mugatu ditu.
- b) Erreferentzia kopurua ezarri du, produktuen ezaugarrien, espazio erabilgarriaren eta lineal motaren arabera.
- c) Saltoki bateko linealetan produktuak txandakatzeko simulazioak egin ditu.
- d) Produktuak linealetan kokatzeko modu desberdinek kontsumitzailearengan sortzen dituzten ondorio edo efektuak aztertu ditu.
- e) Produktuak hainbat familiatan sailkatu ditu, indarrean dagoen araudia betez.
- f) Produktuak maila desberdinetan, linealeko eremuetan eta posizioan kokatzea zehazten duten parametro fisikoak eta merkataritzakoak identifikatu ditu.
- g) Produktuak linealean ezartzeko eta birjartzeko planogramak interpretatu ditu.
- h) Produktuak linealean banatu eta kokatu ditu, merchandising teknikak aplikatuta.

3.– Dekorazioko, seinaletikako, errotulazioko eta kartelgintzako lanak egiten ditu, salmenta pun-tuan publizitateko eta animazioko teknikak aplikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Saltokia urteko plangintzaren arabera animatu eta dekoratu du, eta saltokiaren merkataritza politikaren arabera dinamizatu du.
- b) Papertegia egin du saltoki baten estilo-liburu korporatiboaren arabera.

c) Hainbat tipografia kontsumitzailearen gainean sortzen dituzten ondorio edo efektuekin lotu ditu.

d) Posizionamendu eta seinaleetika bakoitzarekin bat datozen kartelgintzako formak landu ditu.

e) Bezeroari transmititu nahi zaizkion mezuak sortu ditu, errotulazio-tekniken bitartez, formaren, ehunduraren eta kolorearen arteko harmonizazioa lortuko duten hainbat material konbinatuta.

f) Edizioko informatika-programak erabili ditu, eta saltokirako kartelak egin ditu.

g) Dekorazio-elementuak segurtasun-baldintzetan eta laneko arriskuen prebentzioa kontuan hartuta muntatu ditu.

4.– Saltokien funtsezko ezaugarrietarako erakusleihen egokiak egiten ditu eta kanpoko elementuak zaintzen ditu, teknika profesionalak aplikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Hainbat saltoki motatan erakusleihen diseinua eta muntaia analizatzen duen azterketa bat analizatu du.

b) Erakusleihen apainketan erabiltzen diren teknikek kontsumitzailearengan sortzen dituzten ondorio edo efektu psikologikoak azaldu ditu.

c) Erakusleihen batek izan ditzakeen funtzioak eta helburuak argudiatu ditu.

d) Erakusleihen batek salmenta-bolumenean sor dezakeen inpaktua baloratzeko irizpideak definitu ditu.

e) Erabiliko diren materialak hautatzeko irizpideak eta aurrekontu erabilgarria zehaztu ditu.

f) Erakusleihen konposizioa eta muntaia egiteko irizpideak definitu ditu, merkataritza-irizpideak kontuan hartuta.

g) Erakusleihen diseinatu ditu, metodo egokiak eta beharrezko teknikak aplikatuta, zirriborro baten arabera.

h) Hainbat merkataritza-helburu dituzten erakusleihen muntatu ditu.

5.– Saltokietako espazioak errentagarri egiteko sustapen-ekintzak zehazten ditu, eta, horretarako, salmenta sustatzeko eta bezeroak erakartzeko eta haien leialtasuna lortzeko teknikak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Saltoki txiki batean erabili ohi diren sustapen-bideak deskribatu ditu.

b) Sustapen-ekintza batean aplikatzen diren teknika psikologiko nagusiak zerrendatu ditu.

c) Sustapen-ekintza bat sartzeko moduko egoerak kontuan hartu ditu.

d) Ekintza egokienak programatu ditu, merkataritza-beharren eta aurrekontuaren arabera.

e) Merkataritza-helburu bakoitzerako sustapen-ekintza egokiena hautatu du.

6.– Merchandising-eko ekintzak kontrolatzeko metodoak aplikatzen ditu, eta lortutako emaitzak ebaluatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Kontrol-ratioen balioa lortzeko prozedura ezarri du.
- b) Sustapen-ekintza baten eraginkortasuna baloratzeko erabiltzen diren neurketa-tresnak deskribatu ditu.
- c) Merchandising-eko ekintzak kontrolatzeko erabiltzen diren ratioak kalkulatu ditu.
- d) Sustapen-ekintzaren eraginkortasuna ebaluatu du, hura kuantifikatzen duten ratio nagusiak erabilia.
- e) Txostenak egin ditu, eta lortutako emaitzak interpretatu eta argudiatu ditu.

B) Edukiak:

1.– Merkataritza-azalera antolatzea.

Bide publikoan ezartzen diren kanpoko elementuetarako lizentziak eta baimenak lortzeko iza-pide egokiak identifikatzea.

Dendako elementuak, altzariak eta erakusketa salmenta-azaleraren beharren arabera antolatzea.

Salmenta-azalera baten banaketan erabiltzen diren merchandising teknika nagusiak zehaztea.

Saltoki bateko gune hotz baten eta gune bero baten ezaugarriak definitzea.

Saltokietan bezeroen zirkulazioa arina izan dadin eta bezeroak barruan ahalik eta denbora luzeenean egon daitezen lortzeko aplikatzen diren neurriak deskribatzea.

Zorua produktu-familien arabera linealki banatzeko erabiltzen diren irizpideak deskribatzea, eta abantailak eta eragozpenak azaltzea.

Merkataritza-azalera baten oinplanoko banaketari dagokion indarreko segurtasun- eta higie-ne-araudia identifikatzea.

Irekitzeko eta ezartzeko araudia eta administrazio-izapideak.

Salmenta-puntuko giza baliabideak eta baliabide materialak.

Merchandising-teknikak.

Korridoreen banaketa.

Sekzioak ezartzea.

Bezeroek salmenta-puntuak duten portaera.

Kontsumitzailearen portaeraren determinatzaileak.

Kontsumitzailearen portaeraren kanpo-baldintzatzaileak.

Gune beroak eta gune hotzak.

Merkataritza-espazioen diseinuari aplikatzekoa den araudia.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko epeakiko konpromisoa.

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

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

2.– Produktuak salmenta-eremuan kokatzea, erakusgai jartzea eta birjartzea.

Produktu-aukeraren dimentsioak mugatzea.

Erreferentzia kopurua zehaztea eta ezartzea, produktuen ezaugarrien, espazio erabilgarriaren eta lineal motaren arabera.

Saltoki bateko linealetan produktuak txandakatzeko simulazioak egitea.

Produktuak linealetan kokatzeko modu desberdinek kontsumitzailearengan sortzen dituzten ondorio edo efektuak aztertzea.

Produktuak hainbat familian sailkatzea, indarrean dagoen araudia betez.

Produktuak maila desberdinetan, linealeko eremuetan eta posizioan kokatzea zehazten duten parametro fisikoak eta merkataritzakoak identifikatzea.

Produktuak linealean ezartzeko eta birjartzeko planogramak interpretatzea.

Produktuak linealean banatzea eta kokatzea, merchandising teknikak aplikatuta.

Aukeraren egitura.

Aukera ezaugarritzea.

Aukera motak, haien helburuak eta sailkatzeko irizpideak.

Aukera zehazteko metodoak.

Aukeraren zabaltasuna.

Aukeraren zabalera.

Aukeraren sakontasuna.

Erreferentziak hautatzea.

Erreferentziak ezabatzeko atalasea.

Altzarien antolaera.

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

Linealaren definizioa eta funtzioak.

Linealaren eremuak eta mailak.

Lineala banatzeko sistemak.

Lineala birjartzeko sistemak.

Linealeko erakusketa motak.

Lineal optimoa.

Lineal minimoa.

Produktuen ezaugarri teknikoak, komertzialak eta psikologikoak.

Erakusketa-denborak.

Facing-ak. Ezartzeko arauak.

Indarrean dagoen araudia.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

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.

3.– Saltokiko publizitatea (SP) egitea.

Saltokia urteko plangintzaren arabera animatzea eta dekoratzea, eta saltokiaren merkataritza-politikaren arabera dinamizatzea.

Papertegia saltoki baten estilo-liburu korporatiboaren arabera egitea eta prestatzea.

Hainbat tipografia kontsumitzailearen gainean sortzen dituzten ondorio edo efektuekin lotzeko teknikak erabiltzea.

Posizionamendu eta seinaleetika bakoitzarekin bat datozen kartelgintzako formak lantzea.

Bezeroari transmititu nahi zaizkion mezuak sortzea, errotulazio-tekniken bitartez, formaren, ehunduraren eta kolorearen arteko harmonizazioa lortuko duten hainbat material konbinatuta.

Edizioko informatika-programak erabiltzea, eta saltokirako kartelak egitea.

Dekorazio-elementuak segurtasun-baldintzetan eta laneko arriskuen prebentzioa kontuan hartuta muntatzea.

Saltokiko publizitatea (SP).

Saltokiko publizitatearen (SP) publizitate-modu espezifikoak:

Saltokiko kartelgintza.

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

Laneko arriskuen segurtasunari eta prebentzioari buruzko araudia.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko epeekiko konpromisoa.

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

4.– Erakusleihoak egitea eta kanpoko elementuak zaintzea.

Hainbat saltoki motatan erakusleihoen diseinua eta muntaia analizatzen duten azterketen analisia egitea.

Erakusleiho-apainketan erabiltzen diren teknikak kontsumitzailearengan sortzen dituzten ondorio edo efektu psikologikoak azaltzea.

Erakusleiho batek izan ditzakeen funtzioak eta helburuak argudiatzea.

Erakusleiho batek salmenta-bolumenean sor dezakeen inpaktua baloratzeko irizpideak definitzea.

Erabiliko diren materialak hautatzeko irizpideak eta aurrekontu erabilgarria zehaztea.

Erakusleihoen konposizioa eta muntaia egiteko irizpideak definitzea, merkataritza-irizpideak kontuan hartuta.

Erakusleihoen diseinuak gauzatzea, metodo egokiak eta beharrezko teknikak aplikatuta, zirriborro baten arabera.

Hainbat merkataritza-helburu dituzten erakusleihoak muntatzea.

Kanpoko elementuak.

Kanpoko ezarpenerako araudiak eta administrazio-izapideak.

Erakusleihoa: erakusleiho motak.

Erakusleihoa ezartzeko aurrekontua.

Kronograma.

Ezarpenerako irizpide ekonomikoak eta komertzialak.

Ezarpenerako gorabeherak. Neurri zuzentzaileak.

Erakusleihoa eta komunikazioa.

Pertzepzioa eta oroimen selektiboa.

Irudia.

Asimetria eta simetria.

Forma geometrikoak.

Erakusleihoaren eraginkortasuna: kontrol-ratioak.

Kolorea erakusleihoaren definizioan: kolorearen psikologia eta fisiologia.

Argiztapena erakusleiho-apainketan.

Erakusleihoa animatzeko elementuak: moduluak, kartelak, seinaleak eta bestelakoak.

Erakusleihoaren funtsezko alderdiak.

Erakusleihoen kanpainetako materialak erabiltzeko eta berrerabiltzeko printzipioak.

Erakusleihoen zirriborroak.

Espazioak diseinatzeko eta banatzeko informatika-programak.

Jardueren plangintza.

Materialak eta bitartekoak.

Erakusleiho bat eta kanpoko elementuak muntatzeko segurtasun-araudia.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

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.

5.– Sustapen-ekintzak zehaztea.

Saltoki txiki batean erabili ohi diren sustapen-bideak deskribatzea.

Sustapen-ekintza batean aplikatzen diren teknika psikologiko nagusiak zerrendatzea.

Sustapen-ekintza bat sartzeko moduko egoerak kontuan hartzea.

Ekintza egokienak programatzea, merkataritza-beharren eta aurrekontuaren arabera.

Merkataritza-helburu bakoitzerako sustapen-ekintza egokienak hautatzea.

Merkataritza-komunikazioko prozesua. Oinarrizko elementuak.

Komunikazioaren mix-a: motak eta moduak.

Komunikazio-politikak.

Fabrikatzailearen sustapenak.

Banatzailearen sustapenak.

Kontsumitzaileari zuzendutako sustapenak.

Produktu xarmadunak eta izar-produktuak.

Saltokiko publizitatea (SP).

Salmenten sustapena.

Harreman publikoak.

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

Kanpainak gauzatzea.

Sustapenek kontsumitzailearengan sortzen dituzten ondorio edo efektu psikologikoak eta soziologikoak.

Salmenten sustapenak egiteko segurtasun- eta higiene-araudia.

Zeregin bat egiteko epeekiko konpromisoa.

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.

6.– Merchandising-eko ekintzak kontrolatzeko metodoak aplikatzea.

Kontrol-ratioen balioa lortzeko prozedura ezartzea.

Sustapen-ekintza baten eraginkortasuna baloratzeko erabiltzen diren neurketa-tresnak deskribatzea.

Merchandising-eko ekintzak kontrolatzeko erabiltzen diren ratioak kalkulatzeko.

Sustapen-ekintzaren eraginkortasuna ebaluatzea, hura kuantifikatzen duten ratio nagusiak erabilita.

Txostenak egitea, eta lortutako emaitzak interpretatzea eta argudiatzea.

Sustapena saltokira eta urteko, hileko edo asteko plangintzara egokitzea.

Sustapen-ekintzak kontrolatzeko irizpideak.

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

Emaitzak aztertzea.

Sustapen-ekintzen eraginkortasuna kontrolatzeko ratioak.

Neurri zuzentzaileak aplikatzea.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko epeekiko konpromisoa.

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

7. lanbide-modulua: Salmenta-prozesuak

Kodea: 1232

Kurtsoa: 1

Iraupena: 165 ordu

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Kontsumitzailearen eta erabiltzailearen erosteko erabakiaren prozesua identifikatzen du, eta bertan eragina duten faktoreak eta bezeroen tipologiak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Kontsumitzaile motak identifikatu ditu, eta azken kontsumitzailea edo partikularra eta kontsumitzaile industrialia edo antolakundekoa bereizi ditu.

b) Kontsumitzailearen eta/edo erabiltzailearen portaeraren azterketak bere baitan hartzen dituen edukia eta alderdiak definitu ditu.

c) Kontsumitzailearen beharrak definitu eta sailkatu ditu, haiek asetzerakoan ezartzen den ordena hierarkikoa kontuan hartuta.

d) Erosketak sailkatu ditu, kontsumitzailearen eta/edo erabiltzailearen portaera arrazionala edo oldarkorra kontuan hartuta.

e) Azken kontsumitzailearen erosketa-prozesuaren faseak identifikatu ditu, haren konplexutasuna eta iraupena zehazten duten faktoreak aztertuta.

f) Kontsumitzaileen eta/edo erabiltzaileen erosteko erabakiaren prozesuan eragina duten barneko eta kanpoko determinatzaileak aztertu ditu.

g) Kontsumitzaile industrialaren erosteko erabakiaren prozesuaren faseak identifikatu ditu, eta prozesua azken kontsumitzailearen prozesuarekin konparatu du.

h) Bezeroen tipologiak ezaugarritu ditu, haien erosteko portaera, nortasuna eta erosteko motibazioak kontuan hartuta.

2.– Saltzaileen funtzioak, jakintzak eta profila definitzen ditu, eta salmenta-taldea prestatzeko, motibatze eta ordaintzeko beharrak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Salmenta pertsonaleko saltzaileen funtzioak eta erantzukizunak ezarri ditu.

b) Saltzaileak sailkatu ditu, zerbitzuak egiten dituzten enpresaren ezaugarriak, egiten duten salmenta mota eta produktuaren izaera kontuan hartuta.

c) Saltzaile profesionalaren profila definitu du, eta saltzaile on batek izan behar dituen nolakotasun pertsonalak, trebetasun profesionalak eta jakintzak aztertu ditu.

d) Salmenten arloko hainbat lanpostu eta horietarako saltzaile egokien profila deskribatu ditu.

e) Saltzaile-taldea prestatzeko, hobetzeko eta birziklatzeko beharrak zehaztu ditu.

f) Saltzaileak prestatzeko eta hobetzeko programaren edukia definitu du.

g) Saltzaileak motibatzearen garrantzia baloratu du, eta faktore motibatzaile nagusiak aztertu ditu.

h) Saltzaileei ordaintzeko sistema ohikoenak identifikatu ditu.

3.– Salmenta-prozesua antolatzen du, eta saltzailearen jardun-ildoak definitzen ditu, salmenta-planean finkatutako helburuen arabera.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresa bateko Salmenta Sailaren funtzioak eta salmenta-zuzendariaren erantzukizunak identifikatu ditu.

b) Salmenta Saila eremu geografikoen, produktuen eta bezeroen arabera antolatzeko moduak bereizi ditu.

c) Enpresaren salmenta-planaren helburuak betetzeko behar den saltzaile kopurua kalkulatu du.

d) Saltzailearen salmenta-programa landu du, eta bere helburuak eta jarduteko plana definitu ditu, enpresaren salmenta-planean ezarritako helburuen arabera.

e) Salmenta-argumentarioa landu du, eta, horretarako, produktuaren edo zerbitzuaren indarguneak eta ahulguneak azpimarratu ditu, lehiakideenen aldean dituen abantailak nabarmendu, bezeroaren arazoetarako konponbideak aurkeztu eta salmenta-teknikak ekarri ditu.

f) Bezeroen prospekzio-teknikak aplikatu ditu, eskaintako produktuaren/zerbitzuaren ezaugarriak kontuan hartuta.

g) Bezero erreal eta potentzialei egingo zaizkien merkataritza-bisiten kopurua eta horien iraupena zehaztu du.

h) Bezeroei egin beharreko bisitak planifikatu ditu, eta, horretarako, saltzailearen denborak optimizatzea eta kostuak murriztea ahalbidetzen duten salmenta-ibilbideak aplikatu ditu.

4.– Ustezko bezeroekin elkarrizketak garatzen ditu, saltzeko, negoziatzeko eta ixteko teknika egokiak erabilia, enpresak jarduteko ezarritako mugen barruan.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza-bisita bat egiteko beharrezkoa den dokumentazioa prestatu du, eta, horretarako, bezero bakoitzaren informazioa bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnan (CRM) kontsultatu du.

b) Salmenta-elkarrizketa hitzartu eta prestatu du, eta argumentarioa bezero bakoitzaren ezaugarrietara, beharretara eta erosketa-potentzialera egokitu du, finkatutako helburuen arabera.

c) Laguntza-materiala eta beharrezkoa den dokumentazioa prestatu du.

d) Produktuaren aurkezpena eta erakustaldia egin du, eta bezeroa limurtzeko salmenta-teknika egokiak erabili ditu.

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

f) Hitzezko eta hitz gabeko komunikazio-teknikak erabili ditu, salmenta-egoeretan eta bezeroarekin harremanetan jartzekoetan.

g) Negozia daitezkeen eragiketaren alderdi eta baldintzen negoziazioa planifikatu du.

h) Salmenta ixtea lortzeko eta produktua eskuratzeko teknikak erabili ditu.

5.– Salerosketa-kontratuak eta antzeko beste kontratu batzuk formalizatzen ditu, eta, horretarako, klausula ohikoenak indarrean dagoen araudiaren arabera aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Salerosketa-kontratuak erregulatzen dituen araudia interpretatu du.

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

c) Saltzailearen eta eroslearen arteko erabakiak jasotzen dituen salerosketa-kontratua bete du, testu-prozesadore bat erabilia.

d) Epekako salerosketako kontratua erregulatzen duen araudia eta hura formalizatzeke exijitzen diren baldintzak interpretatu ditu.

e) Kontsignazio-salmentako kontratua ezaugarritu du, eta hura formalizatzea bidezkoa egiten duten kasuak aztertu ditu.

f) Hornidura-kontratua ezaugarritu du, eta materialen eta zerbitzuen hornikuntzarako zein kasutan den beharrezkoa aztertu du.

g) Leasing eta renting kontratuak enpresaren ibilgetua eskuratzeko eta finantzatzeko aukera gisa aztertu ditu.

6.– Salerosketa-eragiketen merkataritza-dokumentazioa eta kobrantzakoa/ordainketakoa kudeatzen du, eta beharrezkoak diren dokumentuak betetzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Hainbat salmenta-eragiketaren merkataritza-dokumentazioa kudeatu du, eskaera hartzen denetik hasi eta produktua bidali eta bezeroak hartzen duen arte.

b) Urrutiko salmentetan (katalogo bidez, telesalmenta bidez, telefono mugikorrez eta Internet bidez, besteak beste), bezeroak eskaera formalizatzeko modua ezarri du.

c) Ordaintzeko moduak identifikatu ditu, eta kasu bakoitzean prozedura eta beharrezkoa den dokumentazioa aztertu du.

d) Eskurako ordainbideak eta geroratuak bereizi ditu.

e) Ordaintzeko bideak eta moduak konparatu ditu, eta bakoitzaren abantailak eta eragozpenak aztertu ditu, kostua, segurtasuna eta erabilerraztasuna kontuan hartuta.

f) Ordainbide bakoitzari dagokion dokumentazioa bete du.

g) Txekeak, kanbio-letrak, zor-agiriak eta ordainbide bakoitzari dagozkion gainerako dokumentuak bete ditu.

h) Ordainbideen endosuko, abaleko eta kobrantza-kudeaketako eragiketei dagokien dokumentazioa identifikatu du.

7.– Eragiketen prezioak eta zenbatekoa zehazten ditu, eta, horretarako, merkataritza-kalkulua salmenta-prozesuetan aplikatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Produktuaren salmenta-preziora kalkulatu du, eta kostu-prezioaren ehuneko moduan adierazitako merkataritzako marjina jakin bat aplikatu du.

b) Produktuaren salmenta-preziora kalkulatu du, eta salmenta-prezioaren gaineko ehuneko moduan adierazitako merkataritzako marjina bat aplikatu du.

c) Leasing eta renting kontratuak enpresaren ibilgetua eskuratzeko eta finantzatzeko aukera gisa aztertu ditu.

d) Salmenta-eragiketa baten guztizko zenbatekoa zehaztu du, hitzartutako deskontuak eta gas-tuak eta dagokion BEZa aplikatuta.

e) Hainbat eragiketaren interesa kalkulatu du, hura zehazten duten aldagaiak definitu ditu eta interes-tasa jakin bat aplikatu du.

f) Hainbat eragiketaren deskontua kalkulatu du, deskontu-tasa jakin bat aplikatuta.

g) Efektu-sorta baten deskontua eta emaitzazko eskudirua kalkulatu du.

h) Merkataritzako efektuak negoziatzeko fakturak bete ditu, deskontu-tasa jakin bat eta dago-kion komisioa aplikatuta.

B) Edukiak:

1.– Kontsumitzailearen erosteko erabakiaren prozesua identifikatzea.

Kontsumitzaile motak identifikatzea, eta azken kontsumitzailea edo partikularra eta kontsumitzaile industrialara edo antolakundekoa bereiztea.

Kontsumitzailearen eta/edo erabiltzailearen portaeraren azterketak bere baitan hartzen dituen edukia eta alderdiak definitzea.

Kontsumitzailearen beharrak definitzea eta sailkatzea, haiek asetzeko ezartzen den ordena hierarkikoa kontuan hartuta.

Erosketak sailkatzea, kontsumitzailearen eta erabiltzailearen portaera arrazionala edo oldarkorra kontuan hartuta.

Azken kontsumitzailearen erosketa-prozesuaren faseak identifikatzea, haren konplexutasuna eta iraupena zehazten duten faktoreak aztertuta.

Kontsumitzaileen eta/edo erabiltzaileen erosteko erabakiaren prozesuan eragina duten barneko eta kanpoko determinatzaileak aztertzea.

Kontsumitzaile industrialaren erosteko erabakiaren prozesuaren faseak identifikatzea, eta prozesua azken kontsumitzailearen prozesuarekin konparatzea.

Bezeroen tipologiak ezaugarritzea, haien erosteko portaera, nortasuna eta erosteko motibazioak kontuan hartuta.

Kontsumitzaile motak: azken kontsumitzailea edo partikularra eta kontsumitzaile industrialara edo instituzionala.

Kontsumitzailearen portaeraren azterketa. Barnean hartzen dituen alderdiak.

Kontsumitzailearen beharrak.

Bezeroen eta kontsumitzaileen tipologiak eta erosketa motak.

Azken kontsumitzailearen erosteko erabakiaren prozesua. Prozesuaren faseak eta bertan eragina duten aldagaiak.

Marketinaren aldagaiak erosketa-prozesuan.

Kontsumitzaile industrialaren edo antolakundekoaren erosteko prozesua. Prozesuaren faseak.

Jarrera positiboa eta emaitzak lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

Lanak egiteko ezarritako epeekiko konpromisoa izatea.

Lan-taldeei ideiak eta prozedurak ekartzeko prestasuna eta ekimena izatea.

2.– Saltzaileen funtzioak eta profila definitzea.

Salmenta pertsonaleko saltzaileen funtzioak eta erantzukizunak ezartzea.

Saltzaileak sailkatzea, zerbitzuak egiten dituzten enpresaren ezaugarriak, egiten duten salmenta mota eta produktuaren izaera kontuan hartuta.

Saltzaile profesionalaren profila definitzea, eta saltzaile on batek izan behar dituen nolakotasun pertsonalak, trebetasun profesionalak eta jakintzak aztertzea.

Salmenten arloko hainbat lanpostu eta horietarako saltzaile egokiaren profila deskribatzea.

Saltzaile-taldea prestatzeko, hobetzeko eta birziklitzeko beharrak zehaztea.

Saltzaileak motibatzearen garrantzia baloratzea, eta faktore motibatzaile nagusiak aztertzea.

Saltzaileei ordaintzeko sistema ohikoenak identifikatzea.

Saltzailea. Kontzeptua eta funtzioak.

Saltzaileak salmenta pertsonalean duen eginkizuna.

Saltzaile motak: zerbitzuak egiten dituzten enpresaren arabera, produktuaren izaeraren arabera, egiten duten salmenta motaren arabera.

Saltzaile profesionalaren profila. Saltzaile onaren nolakotasun pertsonalak, gaitasun profesionalak eta jakintzak.

Saltzailearen esku-liburua.

Saltzaileentzako prestakuntza. Prestakuntza-beharra. Saltzaileak prestatzeko eta hobetzeko programak.

Saltzaileen motibazioa. Faktore motibatzaileak.

Saltzaileak ordaintzeko sistemak.

Emaitzak lortzeko, jarrera positiboa eta konfiantzazkoa norberaren gaitasunarekiko.

Lanak egiteko ezarritako epeetako konpromisoa izatea.

Lan-taldeei ideiak eta prozedurak ekartzeko prestasuna eta ekimena izatea.

3.– Salmenta-prozesua antolatzea.

Enpresa bateko Salmenta Sailaren funtzioak eta salmenta-zuzendariaren erantzukizunak identifikatzea.

Salmenta Saila eremu geografikoen, produktuen eta bezeroen arabera antolatzeko moduak bereiztea.

Enpresaren salmenta-planaren helburuak betetzeko behar den saltzaile kopurua kalkulatzeko.

Saltzailearen salmenta-programa lantzea, eta bere helburuak eta jarduteko plana definitzea, enpresaren salmenta-planean ezarritako helburuen arabera.

Salmenta-argumentarioa lantzea, eta, horretarako, produktuaren edo zerbitzuaren indarguneak eta ahulguneak azpimarratzea, lehiakideen aldean dituen abantailak nabarmendu, bezeroaren arazoentzako konponbideak aurkeztu eta salmenta-teknikak ekartzea.

Bezeroen prospekzio-teknikak aplikatzea, eskainitako produktuaren/zerbitzuaren ezaugarriak kontuan hartuta.

Bezero erreal eta potentzialei egingo zaizkien merkataritza-bisiten kopurua eta horien iraupena zehaztea.

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

Salmenta-saila. Haren funtzioak. Antolamendu-egitura. Antolamendua baldintzatzen duten faktoreak.

Salmenta-zuzendariaren funtzioak.

Salmenten plangintza. Salmenten helburuak.

Salmenta-taldearen tamaina zehaztea, salmenta-eremuak mugatzea eta saltzaileei esleitzea.

Bezeroei bisitak egiteko plangintza. Bisita motak eta maiztasuna. Salmenta-ibilbideen diseinua.

Salmenta-programa eta saltzailearen jardun-ildoak.

Bezeroei buruzko azterketa. Bezeroak aztertzeke metodoak.

Salmenta-prozesuaren faseak. Salmenta prestatzea.

Argumentuak indartzeko laguntza-materiala, produktu moten eta bezero-tipologiaren arabera.

Salmenta-argumentarioaren helburuak, edukia eta egitura.

Argudio motak: arrazionalak eta emozionalak.

Emaitzak lortzeko jarrera positiboa eta konfiantzazkoa norberaren gaitasunarekiko.

Lanak egiteko ezarritako epeekiko konpromisoa izatea.

Lan-taldeeideiak eta prozedurak ekartzeko prestasuna eta ekimena izatea.

4.– Salmenta-elkarrizketak garatzea.

Merkataritza-bisita bat egiteko beharrezkoa den dokumentazioa prestatzea, eta, horretarako, bezero bakoitzaren informazioa bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnan (CRM) kontsultatzea.

Salmenta-elkarrizketa hitzartzea eta prestatzea, eta argumentarioa bezero bakoitzaren ezaugarrietara, beharretara eta erosketa-potentzialera egokitzea, finkatutako helburuen arabera.

Laguntza-materiala eta beharrezkoa den dokumentazioa prestatzea.

Produktuaren aurkezpena eta erakustaldia egitea, eta bezeroa limurtzeko salmenta-teknika egokiak erabiltzea.

Bezeroak izan litzakeen objeizioak aurreikustea eta haiek ezeztatu edo gezurtatzeko teknika eta argudio egokiak definitzea.

Hitzezko eta hitz gabeko komunikazio-teknikak erabiltzea, salmenta-egoeretan eta bezeroarekin harremanetan jartzekoetan.

Negozia daitezkeen eragiketaren alderdi eta baldintzen negoziazioa planifikatzea.

Salmenta ixtea lortzeko eta produktua eskuratzeko teknikak erabiltzea.

Salmenta pertsonala. Salmenta-moduak: tradizionala, autozerbitzua, dendarik gabekoa, tele-salmenta eta on line salmenta, besteak beste.

Merkataritza-harremanetako komunikazioa. Komunikazio-prozesua. Elementuak. Komunikazio arloko oztopoak.

Hitzeko komunikazioa. Jendaurrean hitz egiteko arauak. Telefono bidezko komunikazioa. Teknologia berrien erabilera.

Idatzizko komunikazioa. Merkataritza-gutunak.

Hitz gabeko komunikazioa salmentan eta bezeroekiko harremanetan.

Salmenta-elkarrizketaren faseak.

Salmenta-teknikak: AIDA eredua (arreta, interesa, nahia, ekintza). SPIN teknika (egoera, arazo, inplikazioa, beharra). Zelev Noel entrenamendu-sistema.

Bisita hitzartzea eta prestatzea. Harremanetan jartzea eta aurkezpena.

Bezeroaren beharrak zundatzea eta zehaztea.

Produktuaren aurkezpena eta argumentazioa, salmenta-teknikak aplikatuta. Produktuaren erakustaldia, laguntza-materiala erabilita.

Bezeroaren objezioak. Objezioak tratatzeko teknikak.

Eragiketaren baldintzen negoziazioa. Asertibotasuna eta enpatia.

Salmentaren itxiera. Erosketa-seinaleak eta ixteko tekniken aplikazioa.

Agurra eta elkarrizketaren amaiera.

Saldu ondoko zerbitzuak: aholkularitza eta informazioa, bermea, laguntza teknikoa eta konponketak, ordezkotzak eta aldagarriak.

Bezeroen gorabehera, kexa eta erreklamazioen kudeaketa.

Bezeroei arreta emateko, haiek gogobetetzeko eta haien leialtasuna lortzeko zerbitzuak.

Bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnak (CRM).

Emaitzak lortzeko jarrera positiboa eta konfiantzazkoa norberaren gaitasunarekiko.

Lanak egiteko ezarritako epeekiko konpromisoa izatea.

5.– Salerosketa-kontratuak eta antzeko beste kontratu batzuk formalizatzea.

Salerosketa-kontratuak erregulatzen dituen araudia interpretatzea.

Salerosketa-kontratuaren ezaugarriak, esku hartzen duten elementuak eta alderdien eskubiak eta betebeharrak zehaztea, eta kontratuaren egitura eta bertan sartu ohi diren klausulak aztertzea.

Saltzailearen eta eroslearen arteko erabakiak jasotzen dituen salerosketa-kontratua betetzea, testu-prozesadore bat erabilita.

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

Kontsignazio-salmentako kontratuaren ezaugarriak zehaztea, eta hura formalizatzea bidezkoa egiten duten kasuak aztertzea.

Hornidura-kontratuaren ezaugarriak zehaztea, eta materialen eta zerbitzuen hornikuntzarako zein kasutan den beharrezkoa aztertzea.

Leasing eta renting kontratuak enpresaren ibilgetua eskuratzeko eta finantzatzeko aukera gisa aztertzea.

Kontratua: ezaugarriak eta oinarrizko eskakizunak. Kontratu motak.

Lan-kontratua. Ezaugarriak, elementuak eta betekizunak.

Salerosketa erregulatzen duen araudia: salerosketa zibila eta merkataritzako salerosketa.

Saltzailearen eta eroslearen eskubideak eta betebeharrak.

Salerosketa-kontratu baten klausula orokorrak.

Beste zenbait kontratu mota: hornidura-kontratua, estimazio-kontratua edo kontsignazio-salmentakoa, garraioko eta aseguruako kontratuak, leasing eta renting kontratuak, factoring eta forfaiting kontratuak.

Lanak egiteko ezarritako epeekiko konpromisoa izatea.

Lan-taldeei ideiak eta prozedurak ekartzeko prestasuna eta ekimena izatea.

6.– Salerosketa-eragiketen merkataritza-dokumentazioa eta kobrantzakoa kudeatzea.

Hainbat salmenta-eragiketaren merkataritza-dokumentazioa izapidetzea, eskaera hartzen denetik hasi eta produktua bidali eta bezeroak hartzen duen arte.

Urrutiko salmentetan (katalogo bidez, telesalmenta bidez, telefono mugikorrez eta Internet bidez, besteak beste), bezeroak eskaera formalizatzeko modua ezartzea.

Ordaintzeko moduak identifikatzea, eta kasu bakoitzean prozedura eta beharrezkoa den dokumentazioa aztertzea.

Eskurako ordainbideak eta geroratuak bereiztea.

Ordaintzeko bideak eta moduak konparatzea, eta bakoitzaren abantailak eta eragozpenak aztertzea, kostua, segurtasuna eta erabilerraztasuna kontuan hartuta.

Ordainbide bakoitzari dagokion dokumentazioa bete du. txekeak, kanbio-letrak, zor-agiriak eta ordainbide bakoitzari dagozkion gainerako dokumentuak.

Ordainbideen endosuko, abaleko eta kobrantza-kudeaketako eragiketei dagokien dokumentazioa identifikatzea.

Salerosketa-dokumentuak prestatzea, erregistratzea eta artxibatzea.

Salmentaren kobrantza. Kobratzeko eta ordaintzeko dokumentuak.

Ordainbideak fidagarritasunaren, kostuaren eta ordaintzeko epearen arabera sailkatzea.

Eskudiruzko ordainketa.

Banku-transferentzia.

Kanbioari eta txekeari buruzko Legea. Txekea. Tipologia eta funtzionamendua. Kanbio-letra. Zor-agiria.

Ordainbideekin lotutako eragiketak. Endosua eta abala. Merkataritzako efektuen kobrantzaren kudeaketa. Kobrantzaren aurrerakina. Negoziazioa eta banku-deskontua. Ordaindugabeak kudeatzea.

Ordainbide elektronikoak.

Emaitzak lortzeko jarrera positiboa eta konfiantzazkoa norberaren gaitasunarekiko.

Lanak egiteko ezarritako epeakiko konpromisoa izatea.

Lan-taldeeideiak eta prozedurak ekartzeko prestasuna eta ekimena izatea.

7.– Salmenta-eragiketen prezioak eta zenbatekoa zehaztea.

Produktuaren salmenta-prezioa kalkulatzeko, eta kostu-prezioaren ehuneko moduan adierazitako merkataritzako marjina jakin bat aplikatzea.

Produktuaren salmenta-prezioa kalkulatzeko, eta salmenta-prezioaren gaineko ehuneko moduan adierazitako merkataritzako marjina bat aplikatzea.

Salmenta-eragiketa baten guztizko zenbatekoa zehaztea, hitzartutako deskontuak eta gastuak eta dagokion BEZa aplikatuta.

Hainbat eragiketaren interesa kalkulatzeko, hura zehazten duten aldagaiak definitzea eta interes-tasa jakin bat aplikatzea.

Hainbat eragiketaren deskontua kalkulatzeko, deskontu-tasa jakin bat aplikatuta.

Efektu-sorta baten deskontua eta emaitzazko eskudirua kalkulatzeko.

Merkataritzako efektuak negoziatzeko fakturak betetzea, deskontu-tasa jakin bat eta dagokion komisioa aplikatuta.

Produktuaren edo zerbitzuaren publikoarentzako salmenta-prezioa osatzen duten elementuak.

«Interes bakunaren» eta «interes konposatuaren» kontzeptua.

Hainbat kapitalen interesa interes-tasa berean eta denboraldi desberdinetarako kalkulatzeko metodo laburtuak.

«Deskontu arrazionalaren» eta «merkataritzako deskontuaren» kontzeptua.

Merkataritzako efektuen negoziatzeko. Zorrak ordezkatzeko. Mugaegun arrunta eta batez besteko mugaeguna.

Atzerri-diruko merkataritza-eragiketen zenbatekoa kalkulatzeko.

Emaitzak lortzeko jarrera positiboa eta konfiantzazkoa norberaren gaitasunarekiko.

Lanak egiteko ezarritako epeakiko konpromisoa izatea.

Lan-taldeeideiak eta prozedurak ekartzeko prestasuna eta ekimena izatea.

8. lanbide-modulua: Merkataritzarako informatika-aplikazioak

Kodea: 1233

Kurtsoa: 1

Iraupena: 165 ordu

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Merkataritzan erabili ohi diren informatika-sistemak erabiltzaile-mailan maneiatzen ditu, hardware eta software ohikoena erabilita.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Ordenagailu baten osagai fisikoak aztertu ditu.

b) Merkataritzarako tresneria informatiko-elektroniko espezifikoaren ezaugarriak eta funtzionamendua kontuan hartu ditu.

c) Leihoen erabileran oinarritutako sistema eragile bat maneiatu du.

d) Informazio-fitxategiak sistema eragileen bidez kudeatu ditu.

e) Etxeko sare bat konfiguratu du.

f) Ordenagailuak birusetatik, zabor-postatik eta beste zenbait elementu maltzurretatik babestu ditu.

g) Ordenagailuak mantentzeko ohiko eragiketak egin ditu.

h) Datuak bistaratzeko eta inprimatzeko aplikazioak deskargatu eta erabili ditu.

2.– Internet sarea eta hura osatzen duten zerbitzuak erabiltzen ditu, eta, horretarako, nabigatzeko programak, posta elektronikokoak eta fitxategiak transferitzekoak maneiatzen ditu, besteak beste.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Interneten funtzionamenduaren eta erabileraren funtsezko kontzeptuak eta intraneten eta estraneten berezko ezaugarriak identifikatu ditu.

b) Internetekin konektatzeko sistemak ebaluatu eta konfiguratu ditu.

c) Interneten zehar mugitzeko programa nabigatzaile nagusiak erabili ditu.

d) Informazio-bilaketa selektiboak egin ditu aplikazio espezifikoaren eta gaika espezializatutako bilatzaileen bidez.

e) Posta elektronikoa webetik zuzenean erabili du.

f) Posta elektronikoko bezero-programak erabili ditu mezuen bidalketa eta harrera kudeatzeko.

g) Fitxategiak bezero-ordenagailu batetik zerbitzari batera transferitzeko sare-protokoloa (FTP) identifikatu du.

h) Ordenagailuak kanpotik datozen bidegabeko sarreren kontra babesteko neurriak ezarri ditu.

3.– Informazio- eta publizitate-materialak prestatzen ditu, diseinu grafikoko teknikak erabilita.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Euskarri grafikoetan komunikazio-materialak diseinatu ditu.
 - b) Materialaren konposizioa eta formatua egin du, besteak beste harmoniaren, proportzioaren, orekaren eta simetriaren printzipioak errespetatuta.
 - c) Besteak beste, irudien eta edukien asoziazio psikologikoaren, antzekotasunaren, jarraitutasunaren eta simetriaren printzipioak aplikatu ditu.
 - d) Ikus-pertzepzioari, irakurgarritasunari eta kolore-contrasteei buruzko diseinuko eta autoedizioko teknikak erabili ditu, besteak beste.
 - e) Publizitate- eta sustapen-material grafiko irudidunak diseinatu ditu, eta elementu guztien banaketa orekatua mantendu du.
 - f) Askotariko multimedia softwarea erabili du irudiak eta soinuak editatzeko eta soinuak grabatzeko.
 - g) Interneten publizitate- eta sustapen-lanak egin ditu.
- 4.– Testuak manipulatzeko eta testuak, irudiak eta grafikoak modu jarraituan aurkezteko zereginak egiten ditu, eta, horretarako, merkataritzako lanak eta jarduera espezifikoak automatizatzeko programak erabiltzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Mota guztietako informazio- eta publizitate-idazkiak editatu ditu testuak tratatzeko eta zuzentzeko aplikazio espezifiko bidez.
- b) Edizio-utilitateen bitartez testuak sortzeko tresna espezializatuak erabili ditu.
- c) Testuak eta ilustrazioak antolatu ditu, edukien maketazio zuzena egiteko.
- d) Indize tematikoak, alfabetikoak eta ilustrazioenak landu ditu.
- e) Testu eskematizatua, testu-animazioak eta inportatutako irudiak biltzen dituzten publizitate- eta negozio-aurkezpenak diseinatu ditu.
- f) Beste aurkezpen batzuk sortzeko oinarri gisa erabil daitezkeen aurkezpen maisuak diseinatu ditu.
- g) Marketineko material gisa erabiltzera zuzendutako testuekin eta hainbat elementu grafikorekin orriak diseinatzeko eta maketatzeko aukera emango diguten autoedizioko aplikazioak maneiatu ditu.

5.– Kalkulu matematikoak egiten ditu kalkulu-orriarekin eta datu-tratamendua datu-baseen kudeatzaileekin, eta merkataritza-jarduerak automatizatzeko programak erabiltzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak.

- a) Kalkulu matematikoak egin ditu enpresako hainbat arlotan: administrazio-arloan, finantza-arloan eta produkzio-arloan, besteak beste.
- b) Albaranak eta fakturak bezalako administrazio-dokumentuak prestatzeko lanak automatizatzeko formulak definitu ditu.

c) Funtzio matematikoak erabili ditu sarrerak, kostuak eta emaitza ekonomiko eta finantzarioak kalkulatzeko.

d) Datu-zerrendak kalkulu-orriarekin tratatu eta iragazi ditu.

e) Erraz kontsulta daitezkeen datu-base erlazionalen fitxategiak sortu ditu.

f) Informazioak atera ditu hainbat datu-taularen kontsulta konbinatuaren bitartez.

g) Inprimakiak diseinatu ditu datuak dagozkien tauletan sartzeko.

h) Datu-basearen erregistroen txosten pertsonalizatuak landu ditu, inprimatzeko.

6.– Fakturazio elektronikoa eta beste administrazio-zeregin batzuk telematikoki egiten ditu, kasu bakoitzean software espezifikoak erabilia.

Ebaluazio-irizpideak.

a) Finkatze-sistema bakoitza identifikatu du.

b) Ordenagailuen arteko transmisio telematikoa ezarri du.

c) Transmisio telematikoen osotasuna eta egiazkotasuna bermatu du sinadura elektronikoa aitortu baten bitartez.

d) Faktura elektronikoa jaulkitzeko aplikazio espezifikoak erabili ditu.

e) On line administrazio-zereginak egin ditu erakunde publiko eta pribatuekin.

f) Dokumentuak bete ditu produktuak edo zerbitzuak salerosteko eragiketak zergapetzen dituzten zerga-betebeharrekin.

g) Praktikak egin ditu zerga-administrazioaren baliabideen simulagailuekin.

h) Praktikak egin ditu on line bankuen simulagailuekin.

B) Edukiak:

1.– Merkataritzan erabili ohi diren programak eta makineria maneiatzea.

Ordenagailu baten osagai fisikoak aztertzea.

Merkataritzarako tresneria informatiko-elektroniko espezifikoaren ezaugarriak eta funtzionamendua baloratzea.

Leihoen erabileran oinarritutako sistema eragile bat maneiatzea.

Informazio-fitxategiak sistema eragileen bidez kudeatzea.

Etxeko sare bat konfiguratzeko.

Ordenagailuak birusetatik, zabor-postatik eta beste zenbait elementu maltzurretatik babestea.

Ordenagailuak mantentzeko ohiko eragiketak egitea.

Datuak bistaratzeko eta inprimatzeko aplikazioak deskargatzea eta erabiltzea.

Ordenagailu pertsonal batek nola funtzionatzen duen. Osagaiak eta piezak.

Inprimagailua, eskanerra eta ordaintxartel-irakurgailu motak.

Leihoak kudeatzeko sistema eragilea (Windows).

Fitxategiekin eta karpetekin lan egitea.

Karpeta eta fitxategi konprimituekin lan egitea.

Etxeko sare baten funtzionamendua eta konfigurazioa: kableatuak eta hari gabekoak.

Sarea administratzea.

Fitxategiak eta inprimagailuak partekatzea.

Hari gabeko segurtasuna.

Informatika-birusak eta birusen kontrako softwarea.

Datuen babeskopia eta lehengoratztea.

Fitxategiak konprimitzeko eta deskonprimitzeko software espezifikoak.

PDF formatua.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko epeakiko konpromisoa.

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

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

2.– Internet sarea erabiltzea.

Interneten funtzionamenduaren eta erabileraren funtsezko kontzeptuak eta intraneten eta estraneten berezko ezaugarriak identifikatzea.

Internetekin konektatzeko sistemak ebaluatzea eta konfiguratztea.

Interneten zehar mugitzeko programa nabigatzaile nagusiak erabiltzea.

Informazio-bilaketa selektiboak egitea aplikazio espezifikoien eta gaika espezializatutako bila-tzaileen bidez.

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.

Ordenagailuak kanpotik datozen bidegabeko sarrerren kontra babesteko neurriak ezartzea.

Google ingurunea erabiltzea: gmail, docs, calendar, alertak, laster-markak, sare sozialak, eta abar.

Internetaren hastapenak.

Intraneten eta estraneten kontzeptua eta erabilera: antzekotasunak eta desberdintasunak.

Interneterako sarbidea. TCP/IP protokoloa.

Weba. Web nabigazioa nabigatzaileak erabilia.

Posta elektronikoa.

Berri-taldeak.

Fitxategien transferentzia eta urrutiko kudeaketa (FTP).

Interneten bilatzea: bilatzaileak, direktorio edo indize tematikoak eta bilaketa-tresnak.

Posta elektronikoa: posta elektronikoko kontu baten konfigurazioa; web posta POP postaren aldean.

Segurtasuna. Segurtasun-eremuak eta mailak.

Laster-leihoen blokeatzailea.

Nortasuna iruzurrez ordeztuko iragazkia (phishing).

Pribatutasuna.

Produktibitatea areagotzeko on line aplikazioak.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko epeekiko konpromisoa.

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

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

3.– Material grafikoak prestatzea.

Euskarri grafikoetan komunikazio-materialak diseinatzea.

Materialaren konposizioa eta formatua egitea, besteak beste harmoniaren, proportzioaren, orekaren eta simetriaren printzipioak errespetatuta.

Besteak beste, irudien eta edukien asoziazio psikologikoaren, antzekotasunaren, jarraitutasunaren eta simetriaren printzipioak aplikatzea.

Ikus-pertzepzioari, irakurgarritasunari eta kolore-kontrastei buruzko diseinuko eta autoedizioko teknikak erabiltzea, besteak beste.

Material grafiko irudidunak sortzea, eta elementu guztien banaketa orekatua mantentzea.

Askotariko multimedia softwarea erabiltzea irudiak eta soinuak editatzeko eta soinuak grabatzeko.

Interneten publizitate- eta sustapen-lanak egitea.

Irudi bektorialekin eta bit-mapa irudiekin lan egitea.

Kolore-sakontasuna.

Kolore-moduak eta hainbat moduren arteko aldaketak.

Kolore-gamak.

Irudiak lortzea: irudi berria sortzea, daudenak erabiltzea eta eskaner edo kamera digital batekin eskuratzea.

Inprimaketa-aukerak.

Grafikoak editatzeko utilitateak.

Geruzekin lan egitea.

Testuekin lan egitea.

Efektu bereziak eta plugin-ak.

Irudiak gordetzea: konpresio motak. Formatu motak.

Bideoak DVDan edo fitxategian gordetzea.

Irudien edizioa, ebakiak, planoak eta kamera-mugimenduak.

Irudiei mugimenduak, trantsizioak eta izenburuak gehitzea.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko epeakiko konpromisoa.

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.

4.– Merkataritzan erabili ohi diren informatika-aplikazioak erabiltzea.

Mota guztietako informazio- eta publizitate-idazkiak editatzea testuak tratatzeko eta zuzentzeko aplikazio espezifikoek bidez.

Edizio-utilitateen bitartez testuak sortzeko tresna espezializatuak erabiltzea.

Testuak eta ilustrazioak antolatzea, edukien maketazio zuzena egiteko.

Indize tematikoak, alfabetikoak eta ilustrazioenak lantzea.

Testu eskematizatua, testu-animazioak eta inportatutako irudiak biltzen dituzten publizitate- eta negozio-aurkezpenak diseinatzea.

Beste aurkezpen batzuk sortzeko oinarri gisa erabil daitezkeen aurkezpen maisuak diseinatzea.

Marketinoko material gisa erabiltzera zuzendutako testuekin eta hainbat elementu grafikorekin orriak diseinatzeko eta maketatzeko aukera emango diguten autoedizioko aplikazioak maneiatzea.

Komunikazio-prozesua.

Testuak idaztea.

Laneko dokumentu baten testua formateatzea.

Elementu automatikoak txertatzea: jauziak, orrialde-zenbakiak, datak eta sinboloak, besteak beste.

Tabulazioak, buletak, zutabeak eta taulak.

Goiburuak eta orri-oinak.

Posta-konbinazioa.

Estiloak eta txantiloiak.

Indize tematikoak, alfabetikoak eta ilustrazioenak.

Aurkezpen-programak: diapositibak erabilia aurkezpen bat sortzea.

Trantsizioak.

Animazioak.

Marketineko hainbat material diseinatzeko eta maketatzeko autoedizioko programa.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko epeakiko konpromisoa.

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.– Kalkulu-orriarekin kalkulu matematikoak eta datu-baseen kudeatzaileekin datu-tratamendua egitea.

Kalkulu matematikoak egitea enpresako hainbat arlotan: administrazio-arloan, finantza-arloan eta produkzio-arloan, besteak beste.

Albaranak eta fakturak bezalako administrazio-dokumentuak prestatzeko lanak automatizatzeko formulak definitzea.

Funtzio matematikoak erabiltzea sarrerak, kostuak eta emaitza ekonomiko eta finantzarioak kalkulatzeko.

Datu-zerrendak kalkulu-orriarekin tratatzea eta iragaztea.

Erraz kontsulta daitezkeen datu-base erlazionalen fitxategiak sortzea.

Informazioak ateratzea hainbat datu-taularen kontsulta konbinatuaren bitartez.

Inprimakiak diseinatzeko datuak dagozkien tauletan sartzeko.

Datu-basearen erregistroen txosten pertsonalizatuak lantzea, inprimatzeko.

Kalkulu-orriaren oinarritzko eragiketarako sarrera.

Gelaxketan datuak sartzeko eta editatzeko: testuak, zenbakiak, datak eta formulak.

Datu-gelaxkak manipulatzeko.

Gelaxka, errenkada, zutabe eta orrien formatua.

Kalkulu-orriekiko oinarritzko eragiketak.

Kalkulu-orriaren formulak.

Funtzio matematikoak, logikoak eta estatistikoak.

Datuen irudikapen grafikoak.

Datu-zerrendak.

Datu-baseen kudeatzaileak.

Datu-baseen kudeatzaile batean taulak sortzea eta erabiltzea.

Indizeak eta taulen arteko erlazioak.

Informazioa ordenatu eta iragaztea.

Tauletako datuak kontsultatzea.

Datuak jasotzeko inprimakiak.

Datu-tauletatik eta kontsultetatik ateratako txostenak.

Posta-etiketak.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko epeakiko konpromisoa.

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

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

6.– Fakturazio elektronikoa eta beste administrazio zeregin batzuk telematikoki egitea

Faktura-formatu elektronikoak identifikatzea.

Ordenagailuen arteko transmisio telematikoak ezartzea.

Transmisio telematikoaren osotasuna eta egiazkotasuna bermatzea sinadura elektronikoa aitortu baten bitartez.

Faktura elektronikoak jaulkitzeko aplikazio espezifikoak erabiltzea.

On line administrazio-zereginak egitea erakunde publiko eta pribatuekin.

Dokumentuak betetzea produktuak edo zerbitzuak salerosteko eragiketarako zergapetzen dituzten zerga-betebeharrekin.

Praktikak egitea zerga-administrazioaren baliabideen simulagailuekin.

Praktikak egitea on line bankuen simulagailuekin.

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

Segurtasuna: sinadura elektronikoa aitortua eta NAN elektronikoa.

Fakturazio elektronikoko programak.

On line bankua.

On line zergak.

Gizarte Segurantzarekiko on line izapideak.

Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Zeregin bat egiteko epeakiko konpromisoa.

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

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

9. lanbide-modulua: Merkataritza-arretako zerbitzuak

Kodea: 1234

Kurtsoa: 2

Iraupena: 84 ordu

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Bezeroari arreta/informazioa emateko jarduerak garatzen ditu, eta enpresaren edo antolakundearen irudi egokiena transmititzen ahalegintzen da.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Hainbat enpresa eta antolakunde motatako Bezeroarentzako Arreta Sailaren funtzioak identifikatu ditu.

b) Bezeroarentzako Arreta Sailaren hainbat antolamendu mota identifikatu ditu, enpresaren edo antolakundearen ezaugarrien arabera.

c) Bezeroarentzako Arreta Sailaren eta Marketin Sailaren, Salmenta Sailaren eta enpresako beste sail batzuen arteko erlazioak definitu ditu.

d) Merkataritza-enpresen organigramak prestatu ditu, haien tamaina, egitura eta jarduera kontuan hartuta.

e) Bezeroarentzako arreta-zerbitzuaren jarduera-arloak eta ekintzak bereizi ditu, indarrean dagoen legeria kontuan hartuta.

f) Deiguneen (contact center) funtzioak eta enpresa edo antolakundeei egiten dizkieten zerbitzuak identifikatu ditu.

2.– Bezeroari, kontsumitzaileari edo erabiltzaileari arreta emateko egoeretan komunikazio-teknikak erabiltzen ditu, eta eskatutako informazioa ematen dio.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Komunikazio-prozesua, esku hartzen duten elementuak eta bertan sor daitezkeen iragazkiak eta oztopoak definitu ditu.

b) Enpresa edo antolakunde baten barneko eta kanpoko komunikazio-kanalak bereizi ditu.

c) Bezeroari arreta/informazioa emateko prozesuaren faseak eta hainbat komunikazio-kanaletan erabilitako teknikak deskribatu ditu.

d) Bezeroak behar duen informazioa sail edo erakunde eskudunari eskatu dio, hainbat komunikazio-kanalen bitartez.

e) Ustezko bezeroei informazioa eman die, entzute aktiboa erabilita eta hitz gabeko komunikazioari arreta berezia eskainita.

f) Ustezko bezeroak informatzeko telefono-elkarrizketak izan ditu, jarrera, protokolo-arau eta teknika egokiak erabilia.

g) Bezeroari arreta emateko egoeretan informazio-eskaerei erantzuteko idazkiak idatzi ditu, teknika egokiak aplikatuta.

h) Bezeroen kontsultei erantzuteko posta elektronikoa eta berehalako mezularitza erabili ditu, protokolo-arauak errespetatuta eta egoera bakoitzerako jarrera egokia hartuta.

3.– Bezeroekiko harremanei buruzko informazioa antolatzen du, hura antolatzeko eta artxibatzeko eskuzko teknikak zein teknika informatikoak aplikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Informazioa eta dokumentazioa antolatzeko eta artxibatzeko teknikak, eskuzkoak zein informatikoak, deskribatu ditu.

b) Dokumentazioa katalogatzeko eta artxibatzeko teknika ohikoenak deskribatu ditu, eta haien abantailak eta eragozpenak aztertu ditu.

c) Bezeroarentzako/kontsumitzailearentzako/erabiltzailearentzako arretaren alorreko hainbat dokumentazio mota sailkatu du.

d) Bezeroei buruzko garrantzizko informazioa biltzen duten datu-baseak egin, eguneratu eta kontsultatu ditu.

e) Bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnak (CRM) maneiatu ditu, jasotako zehaztapenen arabera.

f) Bezeroen kontsulta edo eskaerei buruzko informazioa bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnan erregistratu du.

g) Informazioaren segurtasuna eta osotasuna eta datuen babesa bermatuko duten prozedurak aplikatu ditu, indarrean dagoen araudia errespetatuta.

4.– Kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko organismoak eta erakundeak identifikatzen ditu, eta horietariko bakoitzaren eskumenak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) «Kontsumitzailearen» eta «erabiltzailearen» kontzeptua definitu du, eta azken kontsumitzaileak eta kontsumitzaileak bereizi ditu.

b) Kontsumitzailearen eta erabiltzailearen eskubideak jasotzen dituen nazioko, autonomia-erki-degoko eta tokiko araudia interpretatu du.

c) Kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko erakunde eta organismo publikoak eta pribatuak identifikatu ditu, eta haien eskumenak deskribatu ditu.

d) Bezeroaren, kontsumitzailearen eta erabiltzailearen kontsumo-alorreko kexa eta erreklamazioen kudeaketari aplikatzeko den indarreko araudia interpretatu du.

e) Kontsumoaren alorreko informazioa ematen duten informazio-iturri fidagarriak zehaztu ditu.

5.– Bezeroaren/kontsumitzailearen kexa eta erreklamazioen izapideak egiten ditu, eta komunikazio- eta negoziatio-teknikak aplikatzen ditu haiei konponbidea aurkitzeko.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Bezeroaren kontsumo-alorreko kontsulta, kexa, erreklamazio eta salaketa mota ohikoenak ezaugarritu ditu.
- b) Bezeroaren erreklamazioak izapidetzeko prozesuaren faseak, modua eta epeak, eta jarraitu beharreko prozedura deskribatu ditu.
- c) Bezeroari bere eskubideen berri eman dio, baita erreklamazioa indarrean dagoen araudiaren arabera konpontzeko mekanismoen berri eman ere.
- d) Erreklamazioa sail edo organismo eskudunerantz bideratzeko beharrezkoa den dokumentazioa bete du.
- e) Komunikazio-teknikak aplikatu ditu kexa eta erreklamazioez arduratzean, eta entzute aktiboa, enpatia eta asertibotasuna erabili ditu.
- f) Akordioa erraztuko duten negoziazio-teknikak eta jarrerak erabili ditu bezeroaren erreklamazioak kudeatzeko.
- g) Kexa, erreklamazio eta salaketen kudeaketari dagozkion dokumentuak identifikatu eta zorrotz bete ditu.
- h) Erreklamatzaileri kexaren edo erreklamazioaren egoera eta emaitza jakinarazi dio, ahoz, idatziz edo bitarteko elektronikoen bidez.

6.– Bezeroarentzako arreta-zerbitzua eta haren kalitatea hobetzeko plana gauzatzen laguntzen du, eta, horretarako, zerbitzuaren eraginkortasuna ebaluatzeko eta kontrolatzeko teknikak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Bezeroarentzako Arreta/Informazio Zerbitzuaren eraginkortasuna ebaluatzeko aplikatu daitezkeen metodoak identifikatu ditu.
- b) Kexak eta erreklamazioak izapidetzeko prozesuaren jarraipena egin du, eta haiek ebazteko modua eta epeak ebaluatu ditu.
- c) Bezeroarentzako arreta-prozesuetan eta kexa eta erreklamazioen kudeaketan izan diren gorabehera, anomalia eta atzerapen nagusiak identifikatu ditu.
- d) Hautemandako anomaliari konponbidea aurkitzeko eta zerbitzuaren kalitatea hobetzeko neurri zuzentzaile nagusiak deskribatu ditu.
- e) Egindako zerbitzuaren eraginkortasuna eta bezeroaren gogobetetasun-maila neurtzeko teknikak aplikatu ditu.
- f) Kalitate-ebaluazioaren emaitzak eta ondorioak jasotzen dituzten txostenak idatzi ditu, informatika-tresnak erabilita.
- g) Zerbitzuaren kalitatea hobetzeko planean ezarritako ekintzak aplikatu ditu, informatika-aplikazioak erabilita.
- h) Bezeroen leialtasuna lortzeko planean ezarritako ekintzak garatu ditu, bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnan (CRM) erabilgarri dagoen informazioa erabilita.

B) Edukiak:

1.– Bezeroei arreta/informazioa emateko jarduerak garatzea.

Hainbat enpresa eta antolakunde motatako Bezeroarentzako Arreta Sailaren funtzioak tipifikatzea.

Bezeroarentzako Arreta Sailaren hainbat antolamendu mota identifikatzea, enpresaren edo antolakundearen ezaugarrien arabera.

Bezeroarentzako Arreta Sailaren eta Marketin Sailaren, Salmenta Sailaren eta enpresako beste sail batzuen arteko erlazioak definitzea.

Merkataritza-enpresen organigramak prestatzea, haien tamaina, egitura eta jarduera kontuan hartuta.

Bezeroarentzako arreta-zerbitzuaren jarduera-arloak eta ekintzak bereiztea, indarrean dagoen legeria kontuan hartuta.

Deiguneen (contact center) funtzioak eta enpresa edo antolakundeei egiten dizkieten zerbitzuak xehatzea.

Bezeroarentzako arreta enpresetan eta antolakundeetan. Motak eta funtzioak.

Bezeroekiko harremanen kudeaketa.

Nortasun korporatiboa eta marka-irudia.

Bezero, kontsumitzaile eta erabiltzaileentzako arreta-zerbitzuak.

Bezeroarentzako Arreta Saila enpresetan eta antolakundeetan.

Enpresako edo antolakundeko beste sail batzuekiko erlazioak.

Antolamendu-egiturak: organigramak.

Organigrama motak.

Deiguneak (contact center). Bezeroekiko harremanetan garatzen dituzten funtzioak. Motak. Enpresei ematen dizkieten zerbitzuak.

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

Prozesuaren faseetan zein datu eta zereginen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

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

2.– Bezeroari arreta emateko egoeretan komunikazio-teknikak erabiltzea.

Komunikazio-prozesua, esku hartzen duten elementuak eta bertan sor daitezkeen oztopo eta zailtasunak definitzea.

Enpresa edo antolakunde baten barneko eta kanpoko komunikazio-kanalak identifikatzea.

Bezeroari arreta/informazioa emateko prozesuaren faseak eta hainbat komunikazio-kanaletan erabilitako teknikak deskribatzea.

Bezeroak behar duen informazioa sail edo erakunde eskudunari eskatzea, hainbat komunikazio-kanalen bitartez.

Ustezko bezeroei informazioa jakinaraztea, entzute aktiboa erabilia eta hitz gabeko komunikazioari arreta berezia eskainita.

Ustezko bezeroak informatzeko telefono-elkarrizketak izatea, jarrera, protokolo-arau eta teknika egokiak erabilia.

Bezeroari arreta emateko egoeretan informazio-eskaerei erantzuteko idazkiak idaztea, teknika egokiak aplikatuta.

Bezeroen kontsultei erantzuteko posta elektronikoa eta berehalako mezularitza erabiltzea eta kudeatzea, protokolo-arauak errespetatuta eta egoera bakoitzerako jarrera egokia hartuta.

Enpresako komunikazioa. Informazioa eta komunikazioa.

Komunikazio-prozesua.

Komunikazio motak.

Bezeroari informazioa emateko egoeretako komunikazio-teknikak.

Enpatia.

Asertibotasuna.

Ahozko komunikazioa. Telefono bidezko komunikazioa: hizkuntza, kudeaketa, telefonoz arreta emateko bitartekoak, arauak, erregelak, kodeak eta telefonoz komunikatzeko sistemak.

Hitz gabeko komunikazioa: begirada, adierazpenak, keinuak, itxura.

Idatzizko komunikazioa. Merkataritza-gutun motak. Komunikazio formalak (instantzia, errekursoa, ziurtagiria, deklarazioa eta ofizioa). Txostenak. Idatzizko beste dokumentu batzuk.

Sarearen (Internet/intranet) bidezko idatzizko komunikazioa.

Posta elektronikoa. Berehalako mezularitza.

Denbora errealeko komunikazioa (txata, bideokonferentzia) eta komunikazio geroratu (foroak).

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

Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

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

3.– Bezeroekiko harremani buruzko informazio antolatzea.

Informazioa eta dokumentazioa antolatzeko eta artxibatzeko teknikak, eskuzkoak zein informatikoak, deskribatzea.

Dokumentazioa katalogatzeko eta artxibatzeko teknika ohikoenak deskribatzea, eta haien abantailak eta eragozpenak aztertzea.

Bezeroarentzako/kontsumitzailearentzako/erabiltzailearentzako arretaren alorreko hainbat dokumentazio mota sailkatzea.

Bezeroen garrantzizko informazioa biltzen duten datu-baseak egitea, eguneratzea eta kontsultatzea.

Bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnak (CRM) maneiatzea, jasotako zehaztapenen arabera.

Bezeroen kontsulta edo eskaerei buruzko informazioa bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnan erregistratzea.

Informazioaren osotasuna eta datuen babesaren bermatzeko metodoak aplikatzea, indarrean dagoen araudiaren arabera.

Dokumentazioa antolatzeke eta artxibatzeko teknikak. Dokumentuak sailkatzeko, katalogatzeko eta artxibatzeko sistemak.

Fitxategi motak.

Bezeroari arreta emateko dokumentuen antolamendua.

Bezeroen fitxategiak.

Datu-baseak.

Datu-base dokumentalak.

Bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnak (CRM).

Bezeroen datu-baseak maneiatzea.

Enpresan informazioa transmititzea. Txostenak lantzea.

Datuen babesari buruzko lege-araudia.

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

Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

Lanak egiteko ezarritako epeekiko konpromisoa azaltzea eta epeok betetzea.

4.– Kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko eta defendatzeko antolakunde eta erakundeak identifikatzea.

«Kontsumitzailearen» eta «erabiltzailearen» kontzeptua definitzea, eta azken kontsumitzaileak eta kontsumitzaile industrialak bereiztea.

Kontsumitzailearen eta erabiltzailearen eskubideak jasotzen dituen nazioko, autonomia-erkidegoko eta tokiko araudia interpretatzea.

Kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko erakunde eta organismo publikoak eta pribatuak identifikatzea, eta haien eskumenak deskribatzea.

Bezeroaren/kontsumitzailearen/erabiltzailearen kontsumo-alorreko kexa eta erreklamazioen kudeaketari aplikatzekoa den araudia interpretatu du.

Kontsumoaren alorreko informazioa ematen duten informazio-iturri fidagarriak zehaztea.

«Kontsumitzailearen» eta «erabiltzailearen» kontzeptua.

Azken kontsumitzaile eta erabiltzaileak, eta kontsumitzaile eta erabiltzaile industrialak.

Kontsumitzaileen eskubideak.

Kontsumitzailearen defentsa. Lege-araudia.

Kontsumitzaileak babesteko erakunde publikoak. Motak. Eskumenak.

Kontsumitzailea babesteko erakunde pribatuak. Motak. Eskumenak.

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

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

Lanak egiteko ezarritako epeekiko konpromisoa azaltzea eta epeok betetzea.

5.– Bezero edo kontsumitzaileen kexak eta erreklamazioak izapidetzea.

Kontsumo-alorreko kontsulta, kexa, erreklamazio eta salaketa mota ohikoenak identifikatzea.

Bezeroaren erreklamazioak izapidetzeko prozesuaren faseak, modua eta epeak, eta jarraitu beharreko prozedura deskribatzea.

Bezeroari bere eskubideen berri ematea, baita erreklamazioa indarrean dagoen araudiaren araberako konpontzeko mekanismoen berri eman ere.

Erreklamazioa sail edo organismo eskudunerantz bideratzeko beharrezkoa den dokumentazioa betetzea.

Komunikazio-teknikak aplikatzea kexa eta erreklamazioez arduratzean, eta entzute aktiboa, empatia eta asertibotasuna erabiltzea.

Akordioa erraztuko duten negoziazio-teknikak eta jarrerak erabiltzea bezeroaren erreklamazioak kudeatzeko.

Kexa, erreklamazio eta salaketak izapidetzeari dagozkion dokumentuak tipifikatzea, deskribatzea eta betetzea.

Erreklamatzaileri kexaren edo erreklamazioaren egoera eta emaitza jakinaraztea, ahoz, idatziz edo bitarteko elektronikoen bidez.

Kontsumo-alorreko kexa, erreklamazio eta salaketa mota ohikoenak.

Erreklamazio eta salaketen kudeaketari aplikatzekoa den kontsumo-alorrean indarrean dagoen araudia.

Erreklamazioak eta salaketak izapidetzeko prozesuaren faseak.

Erreklamazioak biltzeko prozedura.

Erreklamazioak izapidetzeko prozesua.

Administrazioaren aurreko erreklamazioak.

Kexa eta erreklamazioen egoeretako komunikazio-teknikak.

Kexak eta erreklamazioak direla-eta bezeroei eman beharreko tratamendua. Entzute aktiboa. Enpatia. Asertibotasuna.

Kexa eta erreklamazioei edo salaketei konponbidea emateko negoziazioa.

Negoziatio-plana. Faseak: prestakuntza eta estrategia, garapena eta akordioa.

Erreklamazioetan negoziatzeko teknikak.

Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

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

Lanak egiteko ezarritako epeekiko konpromisoa azaltzea eta epeok betetzea.

6.– Bezero, kontsumitzaile edo erabiltzaileentzako arreta-zerbitzuaren kalitate- eta hobekuntza plana gauzatzen laguntzea.

Bezeroarentzako Arreta/Informazio Zerbitzuaren eraginkortasuna ebaluatzeko aplikatu daitezkeen metodoak identifikatzea.

Kexak eta erreklamazioak izapidetzeko prozesuaren jarraipena egitea, eta haien ebazteko modua eta epeak ebaluatzea.

Bezeroarentzako arreta zerbitzuan eta kexa eta erreklamazioak konpontzean izan diren gorabehera eta atzerapen nagusiak formulatzea.

Hautemandako anomaliei konponbidea aurkitzeko eta zerbitzuaren kalitatea hobetzeko neurri nagusiak deskribatzea.

Bezeroaren gogobetetasun-maila eta egindako zerbitzuaren eraginkortasuna neurtzeko teknikak aplikatzea.

Kalitate-ebaluazioaren emaitzak eta ondorioak jasotzen dituzten txostenak idaztea, informatika tresnak erabilia.

Zerbitzuaren kalitatea hobetzeko planean ezarritako ekintzak aplikatzea, informatika-aplikazioak erabilia.

Bezeroen leialtasuna lortzeko planean ezarritako ekintzak garatzea, bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnan (CRM) erabilgarri dagoen informazioa erabilia.

Bezeroari arreta/informazioa emateko prozesuan eta kexa eta erreklamazioen ebazpenean izaten diren gorabehera, anomalia eta atzerapenak.

Anomalien tratamendua.

Bezeroentzako arreta-zerbitzua ebaluatzeko eta kontrolatzeko prozedurak.

Bezeroarentzako arretan aplikatzekoa den araudia.

Bezeroen leialtasuna lortzeko estrategiak eta teknikak.

Bezeroen leialtasuna lortzeko programak.

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.

Lanak egiteko ezarritako epeekiko konpromisoa azaltzea eta epeok betetzea.

10. lanbide-modulua: Merkataritza elektronikoa

Kodea: 1235

Kurtsoa: 1

Iraupena: 132 ordu

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Enpresaren marketin digitaleko planaren gidalerroak aplikatzen ditu, eta hura gauzatzen eta sostengatzen parte hartzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Enpresaren merkataritza-helburuak erdiesteko gauza den marketin digitaleko plan baten ezaugarri orokorrak eta partikularrak aztertu ditu.

b) On line marketineko eta posizionamenduko prozesuak definitu ditu.

c) Egun dagoen lege-araudiaren araberrako on line publizitateko eta sustapeneko prozesuak gauzatu ditu.

d) Bilatzaileen marketina konfiguratzeko duten elementuak identifikatu ditu.

e) Marketin elektronikoen erronkak ebaluatu ditu: ordainbideekiko konfiantza, arazo logistikoak eta segurtasuna.

f) Bezeroekiko harremanak elektronikoki kudeatu ditu, eta, horretarako, bezeroen leialtasuna lortzeko programa eta erabiliko diren tresnak definitu ditu.

g) Marketin digitalean bezeroarekin komunikatzeko eta harremanetan jartzeko joera berriak identifikatu ditu.

2.– On line salmentak egiteko beharrezkoak diren ekintzak egiten ditu, enpresak definitutako merkataritza elektronikoko politikak aplikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) On line negozio bat sortzeko edo egokitzeko beharrezkoak diren parametroak ezarri ditu.

b) Bezeroak erakartzeko ekintzak, merkataritza elektronikora zuzendutakoak, definitu ditu.

c) Sarean dauden negozio-eredu konbentzionalak eta elektronikoak identifikatu ditu.

d) Denda birtual bat diseinatu du.

e) Hartutako eskaeren kudeaketa eta prozesu logistiko osoa planifikatu du.

f) Erabiliko diren ordainbideak ezarri ditu.

g) Eragiketen pribatutasuna eta erasoezintasuna bermatuko duten segurtasun-sistemak hautatu ditu.

3.– Web orri korporatiboa, denda elektronikoa eta on line katalogoa mantentzeko lanak egiten ditu, informatika-aplikazio eta lengoaia espezifikoak erabilia.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Sententziak idatzi ditu hipertestua markatzeko lengoiaian (HTML).

b) Web orriak osatzen dituzten fitxategiak sortzeko 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) Eskaintakoan interesatutako eta orientatutako trafikoa sortzeko gai diren esteka interesgarriak sartu ditu webean.

4.– Erabiltzaileen arteko komunikazio-foroak ezartzen ditu, enpresa-esparruko sare sozialak erabilia.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Web programak erabili ditu testu-ziberberriketak egiteko.

b) Berehalako mezularitzako aplikazioak maneiatu ditu.

c) Soinua bakarrik edo soinua eta irudia erabiltzen duten ahozko komunikazio-sistemak aplikatu ditu.

d) Eduki profesionaleko gaiak proposatu ditu blog tematikoen 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.– Azken erabiltzaileari zuzendutako lan-inguruneak erabiltzen ditu (Web 2.0), informatika-tresnak eta Interneteko baliabideak integratuta.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Sarean dauden Web 2.0 ereduak eta funtzionaltasunak definitu ditu.

b) Web 2.0 gunetan jasotako baliabide doakoak eta libreak erabili ditu.

c) Erabiltzaileek emandako informazioaren bidez (feedback) Web 2.0 ingurunean lortutako emaitzak aplikatu ditu.

d) Enpresa bere webgunean egoteaz gain, bilatzaileetan, sare sozialetan, blog eta txatetan eta foroetan ere presente egoteko beharrezkoak diren zereginak egin ditu.

e) Merkataritza elektronikoa Web 2.0ren berezko funtzionaltasunekin integrazteko beharrezkoak diren ekintzak hautatu ditu.

B) Edukiak:

1.– Marketin digitaleko planaren jarraibideak aplikatzea.

Enpresaren merkataritza-helburuak erdiesteko gauza den marketin digitaleko plan baten ezau-garri orokorrak eta partikularrak aztertzea.

Marketin digitaleko plan bat osatzen duten elementuak identifikatzea.

Marketin digitalaren tresnak erabiltzea.

Marketin-planaren faseak aztertzea.

Marketin digitaleko ekintzak eraginpean hartzen dituzten legeen informazioa biltzea.

Bilatzaile eta direktorio espezializatuetako altak konfiguratzea.

Bezeroekiko harremanen kudeaketa elektronikoa erabiltzea, eta, horretarako, bezeroen leialtasuna lortzeko programa eta erabiliko diren tresnak definitzea.

On line marketineko eta posizionamenduko prozesuak gauzatzea.

Egun dagoen lege-araudiaren araberrako on line publizitateko eta sustapeneko prozesuak gauzatzea.

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

Marketin digitalean bezeroarekin komunikatzeko eta harremanetan jartzeko joera berriak eza-gutzea.

Marketin digitaleko plana:

– Merkatu azterketa.

– Faseak.

– Estrategia.

– Ekintza-plana.

Bilatzaile eta direktorio espezializatuetako altak.

On line bezeroaren ezaugarri espezifikoak.

Marketin digitalaren tresnak:

– Blog korporatiboaren diseinua: modalitateak, edukien marketina.

Bilatzaileetako marketina: SEM, SEO eta antzeko orrietako kanpainak.

– Afiliazioko marketina (emaitzen araberrako marketina).

- Marketin birala.
- Marketin erlazionala eta bezeroekiko harremanaren kudeaketa (CRM).
- Bana-banako marketina (one-to-one marketing).
- Email marketinaren bidez bidalitako buletin elektronikoak.
- Marketin gurutzatua (cross-marketing).
- Irargarki-bandak (banner) eta publizitate digitala.
- RSS (edukiak sindikatzea).
- Creative Commons lizentziak.
- Sare sozialak.

Komunikazio elektronikoei eta pribatutasunari buruzko araudia.

Diru elektronikoarekin egindako ordainketak eta lineako ordainketak (orri seguruak: <https://>).

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

Internet TB, bideoblogak eta web TB, besteak beste.

Zeregin bat egiteko epeakiko konpromisoa.

Autonomiaz jardutea lanak egitean.

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

2.– Salerosketa-ekintzak on line egitea.

Merkataritza elektronikoaren ezaugarriak eta funtzioak aztertzea.

On line salerosketaren abantailak eta eragozpenak aztertzea.

Salmenta-tresnak erabiltzea.

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

Denda birtual bat diseinatzea.

Merkataritza elektronikora zuzendutako erakartze-ekintzak definitzea.

Sarean dauden negozio-eredu konbentzionalak eta elektronikoak eta horien aplikazioak identifikatzea.

Hartutako eskaeren kudeaketa eta prozesu logistiko osoa planifikatzea.

Erabiliko diren ordainbideak ezartzea.

Eragiketen pribatutasuna eta erasozintasuna bermatuko duten segurtasun-sistemak hautatzea.

Salerosketan lege-alderdiak identifikatzea.

Denda birtual baten ideia eta diseinua.

Denda birtual baten elementuak:

- On line produktu-katalogoa.
- Erosketa-orga.
- Sustapen-mekanismoak eta eskaintzak.
- Bilaketa-tresna.
- Erosketa-prozesua.
- Ordainbide elektronikoak.
- On line saldutako salgaien kontrol logistikoa.
- Informazio korporatiboa.
- Erabiltzaileak erregistratzea eta erabiltzaile-eremua.

Domeinua hautatzea eta erregistratzea.

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

Web erakusleihoa. Katalogo elektronikoa.

Erreklamazioa bezeroaren leialtasuna lortzeko tresna gisa.

Gogoetaldiak eta ezeztatzeak.

Transakzio elektronikoetako segurtasun motak: zifratzea, sinadura digitala, ziurtagiri digitalak eta NAN elektronikoa.

Enkriptatzea.

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

Salmenta-kanalak.

Banaketa-sistemak.

Autonomiaz jardutea lanak egitean.

Sortzen diren arazoaren aurrean konponbide teknikoak ikertzeko interesa izatea.

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

3.– Web orri bat mantentzea.

Denda elektronikoen ezaugarriak identifikatzea.

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

Merkataritza elektronikorako web eraginkor bat eraikitzea, eta eskainitakoan interesatutako eta orientatutako trafikoa sortzeko gai diren esteka interesgarriak sartzea bertan.

Domeinu propioa edo doako ostatatzea duten web orrien helbidea erregistratzea.

Web-orria dauden bilaketa-tresnetarako optimizatzea.

Orri mota estatikoekin eta dinamikoekin eragiketak egitea.

Egin beharreko hobekuntzak eta konpondu beharreko akatsak identifikatzea.

Web-orriak osatzen dituzten fitxategiak sortzeko programa komertzialak erabiltzea, eta fitxategi horiek zeregin horretan espezializatutako programen bidez bidaltzea Internet zerbitzarira.

Testuak, irudiak eta soinua txertatzeko programa espezifikoa erabiltzea.

Birusen kontrako programak, suebakiak eta espioien kontrakoak.

Hipertestua markatzeko lengoia (HTML).

Web-orriak:

– Web editore ohikoenekin web orriak sortzeko arauak.

– FTP bidez argitaratzea.

– Orri korporatibo bat egituratzeko estrategiak.

– Web orriak ostatzeko zerbitzaria hautatzeko irizpideak.

– Diseinu grafikoko programak eta weberako beste zenbait erabilera.

Bilatzaileetan alta egitea (posizionamendua).

On line katalogoa.

On line dendaren kutxako fluxuak eta finantzaketa.

Gune beroak eta erabiltzailearen guneak.

On line erosketa-orga.

Eduki-kudeatzaileak.

Sare sozialetan posizionatzea.

Eskaintzak eta sustapenak eguneratzea.

Berriak argitaratzea.

Edukiak aldatzea.

Sare sozialetako presentzia dinamizatzea.

Iragarki-bandak (banner) eta publizitatea kudeatzea.

Interneteko segurtasuna: spama, informatika-birusak, spyware eta phishing.

Zeregin bat egiteko epeko konpromisoa.

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

Sortzen diren arazoaren aurrean konponbide teknikoak ikertzeko interesa izatea.

4.– Sareko beste erabiltzaile batzuekin harremanetan hastea.

Sareko beste erabiltzaile batzuekiko harremanen abantailak eta eragozpenak identifikatzea.

On line harremanei aplikatu dakizkiekeen Interneteko tresnak aztertzea.

Enpresaren web orrira eramateko estrategiak aplikatzea:

– Erakusleak.

– Iragarkiak.

– Bilaketak.

– Estekak.

Web programak erabiltzea testu-ziberberriketak egiteko.

Berehalako mezularitzako aplikazioak maneiatzea.

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

Eduki profesionaleko gaiak proposatzea blog tematikoen bitartez.

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

Kontaktuak ezartzea gai zehatzei buruz eduki profesionaleko blog tematikoen bitartez.

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

Talde interesgarri baten bilaketa egitea.

Interneteko iruzurrak identifikatzea.

Beste erabiltzaile batzuekiko harremanak:

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

– Berehalako mezularitzako zerbitzua.

– Internet bidezko telefonia.

– Foro batean irakurtzea eta idaztea.

– Eztabaida-taldeak.

– Sare sozialak eta enpresentzako sareak.

– Weblogak, blogak edo bitakorak.

Sare sozial bateko orri bati elementuak gehitzea.

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

Orri bati aplikazio profesionalak gehitzea.

Talde interesgarri baten bilaketa.

Eragin handiko kontaktuen sare bat sortzea.

Sare sozialetan erostea eta saltzea.

Sare sozialen plataformak.

Zeregin bat egiteko epeakiko konpromisoa.

Sortzen diren arazoen aurrean konponbide teknikoak ikertzeko interesa izatea.

Autonomiaz jardutea lanak egitean.

5.– Web 2.0 inguruneak erabiltzea.

Web 2.0ren oinarriak identifikatzea.

Sarean dauden Web 2.0 ereduak eta funtzionaltasunak definitzea.

Internetekin eta merkataritza elektronikoarekin erlazionatutako teknologiaren oinarrizko printzipioak zehaztea.

Web 2.0 bat eraikitzeke erabiltzen diren teknikak aztertzea.

Web 2.0 guneetan jasotako baliabide doakoak eta libreak erabiltzea.

Erabiltzaileek emandako informazioaren bidez (feedback) Web 2.0 ingurunean lortutako emaitzak aplikatzea.

Enpresaren presentzia sustatzeko zereginak egitea: bere webgunean bertan, bilatzaileetan, sare sozialetan, blogetan, txatetan eta foroetan, besteak beste.

Merkataritza elektronikoa Web 2.0ren berezko funtzionaltasunekin integratzeko beharrezkoak diren ekintzak hautatzea.

Kontzeptuak eta ezaugarriak.

Erdietsi behar diren helburuak.

Web 2.0n erabiltzen diren on line marketineko tresnak.

Webguneen diseinuaren oinarrizko kontzeptuak:

– Web estatikoa eta web dinamikoa.

– Web integratuak.

Funtzionaltasunak: erabiltzaileen iritzia eta foroak.

On line ospe korporatiboa.

Kontsumitzaileak preskriptore gisa integratzen dituzten sare sozialak.

Erkidego birtualak.

Blogen eta mikroblogen oinarriak.

Informatika-segurtasuneko estrategiak inplementatzea.

Kontsumitzaileak parte-hartzaile aktibo gisa (prosumitzaileak): beste erosle batzuen iritzia, eskaintza gurutzatuak eta konparazioak, besteak beste.

Sortzen diren arazoen aurreko konponbide teknikoekiko interesa.

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

Autonomiaz jardutea lanak egitean.

11. lanbide-modulua: Ingelesa

Kodea: 0156

Kurtsoa: 1

Iraupena: 165 ordu

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Hizkuntza estandarrean igorritako ahozko diskurtsoetan bildutako informazio profesionala eta egunerokoa ezagutzen du, mezuaren eduki globala aztertu eta dagozkion hizkuntza-baliabi-deekin erlazionatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Mezua testuinguruan kokatu du.
- b) Zuzeneko mezuaren, telefono bidezkoaren edo entzunezko beste bitarteko baten bidezkoaren xedea ezagutu du.
- c) Bizitza profesionalaren eta eguneroko bizitzaren eguneroko alderdiekin erlacionatutako mezuetan informazio espezifiko atera du.
- d) Mezua osatzen duten elementuak sekuentziatu ditu.
- e) Komunikabideek transmititu, hizkuntza estandarrean igorri eta garbi artikulatutako mezu eza-gunei buruzko diskurtso baten ideia nagusiak identifikatu ditu.
- f) Ahozko argibideak ezagutu ditu eta adierazpenei jarraitu die.
- g) Mezu bat bere elementu guzti-guztiak ulertu gabe orokorrean konprenitzea zeinen garrantzitsua den konturatu da.

2.– Idatzizko testu errazetan bildutako informazio profesionala interpretatzen du, eta edukiak modu ulerkorrean aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Kontsulta-materialak eta hiztegi teknikoak hautatu ditu.
- b) Hizkuntza estandarrean idatzitako testu argiak modu ulerkorrean irakurri ditu.
- c) Mezuaren eduki globala interpretatu du.
- d) Testua erlacionatu du aztergai duen lanbide-jardueraren esparruarekin.
- e) Erabilitako terminologia identifikatu du.
- f) Hizkuntza estandarrean idatzitako testuen itzulpenak egin ditu, eta, beharrezkoa izan denean, laguntza-materiala erabili du.
- d) Euskarri telematikoen bitartez jasotako mezua interpretatu du: posta elektronikoa eta faxa, beste batzuen artean.

3.– Ahozko mezu garbi egituratuak igortzen ditu, eta agente aktibo bezala parte hartzen du elkarriketa profesionalean.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Mezua emateko erabilitako erregistroak identifikatu ditu.
- b) Formulak, loturak eta elkarreragin-estrategiak erabilia komunikatu da.
- c) Aurkezpenetan protokolo-arauak erabili ditu.
- d) Bere lanbidearekin erlazionatutako gertaera laburrak eta ezustekoak deskribatu ditu.
- e) Lanbidearen terminologia behar bezala erabili du.
- f) Sentimenduak, ideiak edo iritziak adierazi ditu.
- g) Zeregin profesionalaren jarduerak zerrendatu ditu.
- h) Bere konpetentziako lan-prozesu bat deskribatu eta sekuentziatu du.
- i) Egindako proposamenak ontzat ematea edo ez justifikatu du.
- j) Lanerako aukera edo prozedura jakin bat hautatzea argudiatu du.
- k) Beharrezkotzat jo duenean diskurtsoa edo horren zati bat berriz formulatzeko eskatu du.

4.– Testu errazak hizkuntza estandarrean lantzen ditu, eta gramatika-arauak haien xedearekin erlazionatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Eguneroko eta lanbideko alderdiekin erlazionatutako testu laburrak idatzi ditu.
- b) Informazioa modu koherente eta kohesionatuan antolatu du.
- c) Bere lanbide-ingurunearekin erlazionatutako testuen laburpenak egin ditu.
- d) Bere lanbide-eremuko dokumentazio espezifikoa bete du.
- e) Dokumentuak betetzerakoan ezarritako formulak eta hiztegi espezifikoa aplikatu ditu.
- f) Emandako informazioen ideia nagusiak laburbildu ditu bere hizkuntza-baliabideak erabilia.
- 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) Sektorearen berezko alderdi sozioprofesionalak identifikatu ditu edozein testu motatan.

e) Atzerriko hizkuntza hitz egiten den herrialdearen berezko gizarte-harremanetako protokoloak eta arauak aplikatu ditu.

B) Edukiak:

1.– Ahozko mezuak aztertzea.

Sektoreko mezu profesionalak eta egunerokoak ezagutzea.

Zuzeneko mezuak, telefono bidezkoak eta grabatutakoak identifikatzea.

Idea nagusia eta bigarren mailako ideiak bereiztea.

Beste hizkuntza-baliabide batzuk ezagutzea: gustuak eta lehentasunak, iradokizunak, argudioak, argibideak, baldintzaren eta zalantzaren adierazpena eta bestelakoak.

Sektoreko terminologia espezifikoak.

Gramatika-baliabideak: aditz-denborak, preposizioak, adberbioak, lokuzio preposizionalak eta adberbialak, pasiboa, perpaus erlatiboak, zeharkako estiloa eta bestelakoak.

Ahozko hizkuntzaren hainbat azentu.

Atzerriko hizkuntzak lanbide-munduan duen garrantziaz konturatzea.

Ulertzeko eta ulertarazteko interesa izatea eta hori errespetatzea.

2.– Idatzizko mezuak interpretatzea.

Mezuak, testuak, eta oinarrizko artikulak profesionalak eta egunerokoak ulertzea.

Idea nagusia eta bigarren mailako ideiak bereiztea.

Erlazio logikoak ezagutzea: aurkakotasuna, kontzesioa, konparazioa, baldintza, kausa, helburua, emaitza.

Denbora-erlazioak bereiztea: aurrekotasuna, gerokotasuna, aldiberekotasuna.

Euskarri telematikoak: faxa, e-mail, burofaxa.

Ulertzeko eta ulertarazteko interesa izatea eta hori errespetatzea.

Beste kultura batzuen alderdi profesionalekiko interesa erakustea.

3.– Ahozko mezuak sortzea.

Ahozko mezuak igortzeko erabiltzen diren erregistroak hautatzea.

Ahozko diskurtsoa mantentzea eta jarratzea: sostengua ematea, ulertzen dela erakustea, argitzeko eskatzea, eta bestelakoak.

Intonazioa, ahozko testuaren kohesio-baliabide gisa.

Nahikoa ulertzeko soinuak eta fonemak egoki sortzea.

Gizarte-harremanen markatzaile linguistikoak, adeitasun-arauak eta erregistro-desberdintasunak hautatzea eta erabiltzea.

Hots eta fonema bokalikoak eta kontsonantikoak. Konbinazioak eta elkarteak.

Informazio-trukean bete-betean parte hartzea.

Atzerriko hizkuntzan komunikatzeko norberaren gaitasunaz jabetzea.

Hizkuntza bakoitzaren berezko adeitasun-arauak eta erregistro-desberdintasunak errespetatzea.

4.– Idatzizko testuak sortzea.

Sektorearen berezko testu erraz profesionalak eta egunerokoak lantzea.

Testua komunikazio-testuingurura egokitzea.

Puntuazio-markak erabiltzea.

Lexikoa hautatzea, egitura sintaktikoak hautatzea, horiek egoki erabiltzeko eduki adierazgarria hautatzea.

Testu koherenteak lantzea.

Hizkuntzaren erregistroak.

Beste kultura eta gizarteetako ohiturak eta pentsamoldea errespetatzea.

Testuaren garapenean koherentziaren premia baloratzea.

5.– Herrialdearen berezko errealitate soziokulturala ulertzea.

Komunikazio-egoera bakoitzerako kultura-elementurik esanguratsuenak interpretatzea.

Enpresaren irudi ona proiektatzeko portaera sozioprofesionala eskatzen duten egoeretan baliabide formalak eta funtzionalak erabiltzea.

Atzerriko hizkuntza (ingeleza) mintzatzen den herrialdeen kultura-elementu esanguratsuenak.

Nazioarteko harremanetan arau soziokulturalak eta protokoloak balioestea.

Bestelako usadioak eta pentsamoldeak errespetatzea.

12. lanbide-modulua: Laneko prestakuntza eta orientabidea

Kodea: 1236

Kurtsoa: 2

Iraupena: 105 ordu

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, enplegatzeko 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) Profilaria 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 erakundearen 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 oinarriko 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 sistemaren 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-inguruneke 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-sekuentziazkoa 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 elkarrizketa simulatuak egitea.

Lana bilatzeko teknikak eta tresnak.

Erabakiak hartzeko prozesua.

Sektoreko enpresa txiki, ertain eta handietan lana bilatzeko prozesua.

Europan ikasi eta enplegatzeko 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.

Gatazkek 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 oinarrizko elementu gisa.

Lan-talde eraginkorraren ezaugarriak.

Gatazkaren definizioa: haren ezaugarriak, sorburuak eta etapak.

Gatazkek 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 gatazkek ebazteko partaidetzazko jarrera izatea.

Gatazkek 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 oinarriko 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, etab.

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 kolektiboetara dagokienez.

Gizartea hobetzeko agente gisa, sindikatuen eginkizuna aintzat hartu eta balioestea.

4.– Gizarte Segurantzaren 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 kudeatzaileak eta laguntzaileak.

Enpresaburuaren 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 araberrako arrisku-protokoloa ezartzea.

Lan-istripuaren eta lanbide-gaixotasunaren artean bereiztea.

Arrisku profesionalaren kontzeptua.

Enpresan arriskuak ebaluatzea, prebentzio-jardueraren oinarritzko elementu gisa.

Profilarri lotutako lan-ingurunearen berriazko 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 ordezkariak prebentzioaren arloan (laneko arriskuen prebentzioko oinarrizko teknikaria).

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.

13. lanbide-modulua: Lantokiko prestakuntza.

Kodea: 1237

Kurtsoa: 2

Iraupena: 380 ordu

A) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak.

1.– Enpresaren egitura eta antolamendua identifikatzen ditu, eta horiek erlazionatzen ditu enpresak lortzen dituen produktuen produkzioarekin eta merkaturatzearekin edo egiten duen zerbitzu motarekin.

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 lotu ditu enpresa-jardueraren garapenarekin.
- e) Zerbitzugintza garatzeko lan-prozedurak identifikatu ditu.
- g) Jarduera behar bezala garatzeko giza baliabideek behar dituzten 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:
 - Lanpostua betetzeko beharrezkoa den prestutasun pertsonala eta denbora.
 - Lanposturako beharrezkoak diren jarrera pertsonalak (puntueltasuna eta enpatia, besteak beste) eta profesionalak (lanpostuan beharrezkoa den ordena, garbitasuna, segurtasuna eta erantzukizuna, besteak beste).
 - Jarrerazko eskakizunak, lanbide-jarduerak dituen arriskuen prebentzioari eta norbera babesteko neurriei dagokienez.
 - 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-munduratzeko eta berriro laneratzeko prestakuntza-beharrak.
- b) Lanbide-jardueran aplikatzekoak diren laneko arriskuen prebentzioari buruzko arauak eta Laneko Arriskuen Prebentzioari buruzko Legearen oinarritzko 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 komunikatu ditu.

i) Bere jardueraren garrantzia eta zereginen aldaketetara egokitzeko beharra baloratu ditu.

j) Lana garatzean arauak eta prozedurak aplikatzeaz arduratu da.

3.– Saltoki txikiaren kudeaketa ekonomikoan eta diruzaintzaren kudeaketan parte hartzen du, eta administrazio-zereginak, kontabilitatekoak eta zerga-arlokoak egiten ditu merkataritza-enpresan erabiltzen diren informatika-bitartekoekin.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkataritza-enpresak oinarri hartzen dituen aldagai ekonomiko eta finantzario nagusiak identifikatu ditu.

b) Saltokiaren funtzionamendurako eskura daitezkeen laguntza, diru-laguntza, banku-zerbitzu eta finantzabideei buruzko informazioa baloratu du.

c) Enpresaren errentagarritasuna eta iraunkortasuna denboran zehar ziurtatuko duen prezioak finkatzeko sisteman esku hartzen duten aldagaiak zehaztu ditu.

d) Enpresaren administrazio- eta kontabilitate-kudeaketako zereginak egin ditu, informatika aplikazio espezifikoak erabili.

e) Merkataritza-enpresaren kalitate-planean definitutako bezeroekin jarduteko jarraibideak bete ditu.

f) Enpresaren bezeroen datu-baseak eguneratu ditu, datuak babesteko araudia bermatuta.

g) Merkataritza-enpresaren esparruan, kontsumitzailearen portaera, ingurunea eta merkatua osatzen duten elementuak zehaztu ditu.

h) Informatika-aplikazioak erabili ditu marketineko informazio-sisteman (MIS) behar den informazioa lortzeko, tratatzeko, aztertzeko eta artxibatzeke.

4.– Salgaiz hornitzeko eta haiek bidaltzeko zereginak egiten ditu, saltokiko terminala eta gainerrako informatika-baliabideak erabilia.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Salgaiak erosteko aurreikuspenak egin ditu, kalkulu-orriak edo bestelako software egokia erabilia, dendaren hornikuntza ziurtatzeko behar adinako aurrerapenarekin.

b) Hornitzaileen hainbat eskaintza baloratu ditu, dendarentzat onurazkoena zein den zehaztu ahal izateko, eta, egoki izanez gero, komunikazio- eta negoziazio-prozesu bat ezarri du.

c) Salgaiz hornitzeko prozesuan sortutako dokumentazioa izapidetu du.

d) Eskaerak hartzeko lanak egiaztatu ditu, eta gerora stockak errazago kudeatzeko informatizatu ditu.

e) Salgaiak biltegian hartzeko, kokatzeko eta bidaltzeko zereginak egin ditu, haien ezaugarriak kontuan hartuta.

f) Biltegiak kudeatzeko eta antolatzeko informatika-aplikazioak maneiatu ditu.

g) Saltokiko terminala erabili du saltokiko stockak kudeatzeko.

h) Dendaren aukera edo sortako produktu edo zerbitzuen errentagarritasuna kalkulatu du, eta produktuak edo zerbitzuak erretiratzeko edo berriak sartzeko aukera baloratu du.

5.– Merkataritza-harremanak ditu bezeroekin hainbat bitartekoren bidez, merkataritza-helburuak betetzen laguntzeko, eta egoera bakoitzerako salmenta-teknika egokiak erabiltzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

a) Merkatuaren egitura eta bertan esku hartzen duten alderdiena zehazten duten aldagaiak identifikatu ditu.

b) Merkataritza-bisitak planifikatu ditu, produktuaren edo zerbitzuaren ezaugarriak eta enpresaren ereduazko bezeroarenak kontuan hartuta.

c) Merkataritza-negoiazioeko prozesuak burutu ditu, kasu bakoitzerako salmenta-teknika egokiak erabilita.

d) Salerosketa-eragiketa batean sortutako dokumentazioa bete du.

e) Bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresna (CRM) bat erabili du izan litezkeen gorabeherak erregistratzeko eta bezeroen leialtasuna lortzeko prozesuetan sartzeko aukera baloratzeko.

f) Goi-gamako estatusa mantentzeko tratamendu espezifikoa eskatzen duten produktuak pakeatzeko eta etiketatzeko zereginak egin ditu.

g) Salmenta-argumentarioak produktu edo zerbitzu teknikoetara egokitu ditu, hala nola lehen sektoreko ondasunen, ondasun industrialen edo produktu higiezin salmentara.

h) Telemarketinoko eragiketak egin ditu enpresaren bezeroak erakartzeko, berreskuratzeko edo haien leialtasuna lortzeko.

6.– Enpresaren on line denda mantentzen laguntzen du, eta, horretarako, on line katalogoa eguneratzen du beharrezkoak diren informatika-aplikazioen bidez.

Ebaluazio-irizpideak:

a) On line dendarako bezeroak erakartzeko ekintzak egin ditu.

b) Testuak, irudiak eta soinua txertatzeko programa espezifikoak erabili ditu.

c) On line dendaren web orria eguneratzeko eta mantentzeko lanak egin ditu.

d) Enpresak Web 2.0 ingurunean eraginkortasunez parte hartzeko (besteak beste, blogetan, sare sozialetan, bilatzaileetan eta txatetan parte hartuz) beharrezkoak diren zereginak egin ditu.

e) Merkataritzan erabili ohi diren informatika-sistemak erabiltzaile-mailan maneiatzea.

f) Internet sarea erabili du enpresaren merkataritza-kudeaketarekin erlazionatutako zereginak egiteko.

g) Hainbat komunikazio-material egin ditu, software egokia erabilita.

h) Merkataritza-zereginak, fakturazio elektronikokoak eta beste administrazio-zeregin batzuk automatizatuzeko software programak erabili ditu.

7.– Saltokia dinamizatzeko zereginak burutzen ditu, teknika egokiak aplikatuta eta erabilgarri dauden bitartekoak erabilia.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Dendako hainbat altzari merkataritza-helburuak lortzen laguntzeko moduan antolatu ditu.
- b) Bezeroen saltokian zeharreko zirkulazioaren arintasuna hobetzeko txostenak egin ditu, saltokiaren barruan denbora luzeagoan egon daitezen.
- c) Erreferentziak linealean kokatu ditu, produktuak ezartzeko eta birjartzeko planogramei jarraituz.
- d) Produktuak linealean posizioz aldatzean salmentetan sortzen diren aldakuntzak aztertu ditu.
- e) Saltokia animatzeko kartelgintzako elementuak landu ditu, errotulazio tradizionalaren bidez edo informatika-baliabideak erabilia.
- f) Saltokian dekorazio-elementuak muntatu ditu, merkataritza-irizpideei, segurtasunekoiei eta laneko arriskuen prebentziokoei jarraiki.
- g) Merkataritza-unearekin bat datozen erakuslehoak egin ditu, eta gero bezeroei sortutako inpaktua baloratu du.
- h) Merkataritza-helburuetarako sustapen-ekintza egokiak egin ditu, eta lortutako emaitzak ebaluatu ditu.

8.– Bezeroei informazioa eta arreta ematen die, enpresaren irudia hobetzen laguntzen duten komunikazio-teknika egokiak erabilia.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Enpresako Bezeroarentzako Arreta Sailaren antolamendua identifikatu du.
- b) Bezeroari informazioa emateko prozesuan komunikazio-kanal egokiak erabili ditu.
- c) Bezeroarentzako arreta-prozesuan sortutako dokumentazioa sailkatu du.
- d) Bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnak maneiatu ditu.
- e) Enpresaren ohiko bezero eta erabiltzaile motak identifikatu ditu.
- f) Kexa eta erreklamazioei erantzuteko komunikazio- eta negoziazio-teknikak aplikatu ditu.
- g) Kexa eta erreklamazioen izapideak egitean sortutako dokumentuak bete ditu.
- h) Gorabehera, kexa eta erreklamazio nagusiak jasoko dituzten txostenak landu ditu, enpresaren kalitate-sisteman erabiltzeko.

2013ko urriaren 30a, asteazkena

UZTAILAREN 30EKO 399/2013 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	100	75
Kanpo-erakusleihodun ikasgela espezifikoa	100	75

2. atala.– Ekipamenduak.

Prestakuntza espazioa	Ekipamendua
Balio anitzeko gela.	<p>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-ukituko programa, suebakia, birusen kontrakoa, konpresoreak eta web orrien edizioa. Informatikako oinarriko softwarea eta zikloko espezifikoa.</p>
Merkataritzako eta marketineko gela teknikoa	<p>Irakaslearentzako ordenagailu sarean integratua, Internet konexio duena. Proiektzio-kanoia. Arbel elektronikoa. Sistema eragileen lizentziak. Informatikako oinarriko softwarea eta zikloko espezifikoa. Datu-biltegiaragailu elektronikoak: USB memoriak, disko gogor eramangarriak, CDak eta DVDak. Funtzio anitzeko sareko inprimagailua. Saltokiko terminala (ST).</p>

Prestakuntza espazioa	Ekipamendua
Kanpo-erakusleihodun ikasgela espezifikoa	<p>Erakusleiho obraz fabrikatua, edo zurezko nahiz konglomeratuzko taulaz egina, irekia (itxia edo erdi-itxia izan daiteke), 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. Erakusleihoaren argiztapena instalatzeko zirkuitu elektrikoa izango du.</p> <p>Erakusleihoak argiztatzeko fokuak: bertikalak, zorukoak eta sabaikoak. Maniki osoak (gizonezkoa eta emakumezkoa) eta gehigarriak, hala nola ileordeak, arropa eta osagarriak, besteak beste.</p> <p>Busto osoak (gizonezkoa eta emakumezkoa).</p> <p>Erakusleihoak muntatzeko beharrezkoa den burdindegiko materialez hornitutako erreminta-kutxa: mailua, grapagailua, aliketak, bihurkinak, zulagailua eta bihurkin elektrikoa, besteak beste.</p> <p>Poliespanaren gisako materiala ebakitzeko zerra termikoa.</p> <p>Barne-erakusleiho baxua, obrazkoa 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.</p> <p>Erakusmahaiak, saltokiko terminala (ST) kokatzeko behar adinako tamainakoa.</p> <p>Saltokiko terminala (ST) eta dagozkion osagarriak: tiket-inprimagailua, barra-kodeen irakurgailua, kutxa erregistratzailearen tiradera, bezeroentzako ikusgailua eta ukipen-pantaila.</p> <p>Besteak beste, opariak eta mugikorrek bezalako produktu txikiak erakusgai jartzeko beira-arasa.</p> <p>Supermerkatuko apalategiak, bi lineal eta haien artean korridorea osatzen dutela.</p> <p>Ikasleek, besteak beste, dekoratzeko, pintatzeko, muntatzeko eta ebakitzeko lanak egiteko moduko mahai zabalak.</p> <p>Ikasgelarako dekorazio espezifikoa, saltoki bat simulatzeko: dekorazio-pertsianak, sabaiko argiak, kartelak eta errotulu argidunak, oholtzazko zorua edo antzekoa, eta dekorazio-pintura hormetan eta sabaian.</p>

UZTAILAREN 30EKO 399/2013 DEKRETUAREN IV. ERANSKINA

IRAKASLEAK

1. atala.– Irakasleen espezialitateak eta irakasteko eskumena Merkataritza Jarduerak heziketa-zikloko lanbide-moduluetan.

Lanbide modulua	Irakasleen espezialitatea	Kidegoa
1226. Merkataritza-jarduerako marketina	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako irakasleak
1227. Saltoki txiki baten kudeaketa	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako irakasleak
1228. Biltegiko teknikak	Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak
1229. Erosketak kudeatzea	Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak
1230. Salmenta teknikoa	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako irakasleak
1231. Salmenta-puntuaren dinamizazioa	Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak
1232. Salmenta-prozesuak	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako irakasleak
1233. Merkataritzarako informatika-aplikazioak	Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak
1234. Merkataritza-arretako zerbitzuak	Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak
1235. Merkataritza elektronikoa	Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak
0156. Ingelesa	Ingelesa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako irakasleak
1236. Laneko prestakuntza eta orientabidea	Laneko prestakuntza eta orientabidea	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako irakasleak
1237. Lantokiko prestakuntza.	Merkataritza-prozesuak	Euskal Autonomia Erkidegoko Lanbide Heziketako irakasle teknikoak
	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa	Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako katedradunak Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako irakasleak

edo araudian ager daitekeen beste edozein irakasle-espezialitate.

2. atala.– Titulazio baliokideak irakaskuntzaren ondorioetarako.

Kidegoak	Espezialitateak	Titulazioak
Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako katedradunak	Laneko prestakuntza eta orientabidea	Enpresa-zientzietan diplomaduna. Lan-harremanetan diplomaduna. Gizarte-lanean diplomaduna. Gizarte-hezkuntzan diplomaduna. Kudeaketa eta Administrazio Publikoan diplomaduna.
Euskal Autonomia Erkidegoko Bigarren Hezkuntzako irakasleak	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa	Enpresa-zientzietan 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
1228. Biltegiko teknikak 1229. Erosketak kudeatzea 1231. Salmenta-puntuaren dinamizazioa 1233. Merkataritzarako informatika-aplikazioak 1234. Merkataritza-arretako zerbitzuak 1235. Merkataritza elektronikoa	Lizentziaduna, ingeniaria, arkitektoa, edo dagokion graduko titulua edo beste zenbait titulu baliokide. Diplomaduna, ingeniari teknikoa edo arkitekto teknikoa edo dagokion graduko titulua edo beste zenbait titulu baliokide.
1226. Merkataritza-jarduerako marketina 1227. Saltoki txiki baten kudeaketa 1230. Salmenta teknikoa 1232. Salmenta-prozesuak 0156. Ingelesa 1236. Laneko prestakuntza eta orientabidea	Lizentziaduna, ingeniaria, arkitektoa, edo dagokion graduko titulua edo beste zenbait titulu baliokide.

UZTAILAREN 30EKO 399/2013 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 zikloetan barnean hartzen diren lanbide moduluak (logse, 1/1990)	Merkataritza jarduerak heziketa zikloko lanbide moduluak (loe, 2/2006)
Biltegiko lanak	1228. Biltegiko teknikak
Salmenta-puntuaren animazioa	1231. Salmenta-puntuaren dinamizazioa
Salmenta	1232. Salmenta-prozesuak
Saltoki txikien administrazioa eta kudeaketa	1227. Saltoki txiki baten kudeaketa
Merkataritzako teknikariaren tituluar dagokion lantokiko prestakuntza (LOGSE)	1237. Lantokiko prestakuntza.

UZTAILAREN 30EKO 399/2013 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
UC0209_3: Produktuak eta/edo zerbitzuak egun dauden merkaturatze-bideen bitartez saltzea.	1232. Salmenta-prozesuak
UC1420_2: Produktu higiezin salmenta eta zabalkundea egitea, hainbat merkaturatze-bideren bitartez. UC0240_2: Salmentaren jarduera osagarriak egitea.	1230. Salmenta teknikoak
UC0241_2: Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta-zerbitzuaren ekintzak gauzatzea.	1234. Merkataritza-arretako zerbitzuak
UC2105_2: Saltoki txiki bateko salmenta-puntua antolatzea eta animatzea.	1231. Salmenta-puntuaren dinamizazioa
UC2104_2: Kalitateko saltoki txiki bat bultzatzea eta kudeatzea.	1227. Saltoki txiki baten kudeaketa
UC2106_2: Saltoki txikiaren erantzun- eta hornikuntza-ahalmena bermatzea.	1229. Erosketak kudeatzea
UC1015_2: Biltegiko eragiketak kudeatzea eta koordinatzea.	1228. Biltegiko teknikak

OHARRA: Heziketa-ziklo honetan matrikulatutako pertsonak tituluaren barnean hartzen diren konpetentzia-atal guztiak 1224/2009 Errege Dekretuaren arabera egiaztatu badituzte –1224/2009 Errege Dekretua, uztailaren 17koa, Lan-esperientziaren bitartez eskuratutako lanbide-konpetentziak onartzeari buruzkoa–, honako lanbide-modulu hau izango dute baliozkotuta: «1233. Merkataritzarako Informatika Aplikazioak».

2. atala.– Egiaztatzeari begira titulu honetako lanbide-moduluei dagozkien konpetentzia-atalak honako hauek dira:

Lanbide modulua	Konpetentzia atala
1232. Salmenta-prozesuak	UC0239_2: Produktuak eta/edo zerbitzuak egun dauden merkaturatze-bideen bitartez saltzea.
1230. Salmenta teknikoak	UC1420_2: Produktu higiezin salmenta eta zabalkundea egitea, hainbat merkaturatze-bideren bitartez. UC0240_2: Salmentaren jarduera osagarriak egitea.
1234. Merkataritza-arretako zerbitzuak	UC0241_2: Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta-zerbitzuaren ekintzak gauzatzea.
1231. Salmenta-puntuaren dinamizazioa	UC2105_2: Saltoki txiki bateko salmenta-puntua antolatzea eta animatzea.
1227. Saltoki txiki baten kudeaketa	UC2104_2: Kalitateko saltoki txiki bat bultzatzea eta kudeatzea.
1229. Erosketak kudeatzea	UC2106_2: Saltoki txikiaren erantzun- eta hornikuntza-ahalmena bermatzea.
1228. Biltegiko teknikak	UC1015_2: Biltegiko eragiketak kudeatzea eta koordinatzea.