



Instituto Vasco del Conocimiento
de la Formación Profesional
Lanbide Heziketaren
Ezagutzaren Euskal Institutua



MERKATARITZA ETA
MARKETINA

Oinarrizko Curriculum Diseinua

MARKETINEKO ETA PUBLIZITATEKO
GOI MAILAKO TEKNIKARIA



AURKIBIDEA

1.	TITULUAREN IDENTIFIKAZIOA	4. or.
2.	LANBIDE PROFILA ETA LANBIDE INGURUNEA	4. or.
	2.1. Konpetentzia orokorra	
	2.2. Kualifikazioen eta konpetentzia-atalen zerrenda	
	2.3. Lanbide-ingurunea	
3.	HEZIKETA ZIKLOAREN IRAKASKUNTZAK	6. or.
	3.1. Heziketa-zikloaren helburu orokorrak	
	3.2. Lanbide-moduluaren zerrenda, ordu-esleipena eta kurtsoa	
	3.3. Lanbide-moduluak	
	1. Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa	
	2. Marketin-politikak	
	3. Marketin digitala	
	4. Komunikazio-materiala diseinatzea eta lantzea	
	5. Komunikabideak eta komunikazio-euskarriak	
	6. Harreman publikoak eta marketin-ekitaldien antolamendua	
	7. Merkataritza-ikerketak	
	8. Merkataritza-ikerketako landa-lana	
	9. Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzea	
	10. Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta	
	11. Ingelesa	
	12. Marketin- eta publizitateko proiektua	
	13. Laneko prestakuntza eta orientabidea	
	14. Lantokiko prestakuntza	
4.	GUTXIENEO ESPAZIOAK ETA EKIPAMENDUAK	151. or.
	4.1. Espazioak	
	4.2. Ekipamenduak	
5.	IRAKASLEAK	152. or.
	5.1. Irakasleen espezialitateak eta irakasteko eskumena heziketa-zikloko lanbide-moduluetan	
6.	LANBIDE MODULUEN ARTEKO BALIOZKOTZEAK	153. or.
7.	TITULUKO LANBIDE MODULUEN ETA KONPETENTZIA ATALEN ARTEKO TRAZABILITATE ETA EGOKITASUN LOTURAK	154. or.
	7.1. Konpetentzia-atalen egokitasuna lanbide-moduluekin, horiek baliozkotu edo salbuesteko	
	7.2. Lanbide-moduluaren egokitasuna konpetentzia-atalekin, horiek egiaztatzeko	

1. TITULUAREN IDENTIFIKAZIOA

Marketineko eta publizitateko goi-mailako teknikariaren titulua elementu hauek identifikatzen dute:

- Izena: Marketina eta publizitatea.
- Maila: Goi-mailako Lanbide Heziketa.
- Iraupena: 2.000 ordu.
- Lanbide-arloa: Merkataritza eta marketina.
- Irakaskuntzaren Nazioarteko Sailkapen Normalizatuko erreferentea: INSN-5b.
- Goi-mailako hezkuntzako kualifikazioen Espainiako esparruan duen maila: 1. maila, goi-mailako teknikaria.

2. LANBIDE PROFILA ETA LANBIDE INGURUNEA

2.1. Konpetentzia orokorra

Titulu honen konpetentzia orokorra honetan datza: merkataritza-azterketetan oinarritutako marketin-politikak definitzea eta haien jarraipena egitea, eta produktuen eta/edo zerbitzuen sustapena eta publizitatea komunikabide eta komunikazio-euskarri egokietan egitea, horretarako beharrezkoak diren publizitate- eta sustapen-materialak landuta.

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

Osatutako lanbide-kualifikazioak:

- a) Merkataritza-ikerketarako laguntza. COM312_3 (109/2008 Errege Dekretua, otsailaren 1ekoa). Konpetentzia-atal hauek biltzen ditu:
 - UC0993_3: Merkatuak ikertzeko beharrezkoak diren informazioa eta tresnak prestatzea.
 - UC0994_3: Inkestatzaileen jarduera antolatzea eta kontrolatzea.
 - UC0995_2: Inkestak eta/edo elkarrizketak egitea, ezarritako teknikak eta prozedurak erabilia.
 - UC0997_3: Merkatuen ikerketa abiapuntu hartuta, aztertze eta ondorioak lortzeko lanetan laguntzea.

Osatu gabeko lanbide-kualifikazioak:

- a) Marketina eta komunikazioa kudeatzea. COM652_3 (1550/2011 Errege Dekretua, urriaren 31koa):
 - UC2185_3: Marketin-plana eta -politikak definitzen eta haien jarraipena egiten laguntzea.
 - UC2186_3: Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzeko eta merkatuan ezartzeko lanak kudeatzea.
 - UC2187_3: Marketineko eta komunikazioko ekitaldiak antolatzea eta kudeatzea, ezarritako protokoloari eta irizpideei jarraiki.
 - UC2188_3: Ezarritako komunikabideen eta komunikazio-euskarrien plana antolatzen eta haren jarraipena egiten laguntzea.
 - UC2189_3: Publizitateko, sustapeneko eta informazioko hainbat euskarri eta material xume eta autoeditagarri lantzea eta haietan zabaltzea.



- b) Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arreta. COM087_3 (295/2004 Errege Dekretua, otsailaren 20koa):
UC0241_2: Bezeroarentzako/kontsumitzailearentzako/erabiltzailearentzako arreta-zerbitzuaren ekintzak gauzatzea.
UC0245_3: Bezeroaren/kontsumitzailearen/erabiltzailearen kexak eta erreklamazioak kudeatzea.
- c) Errepideko garraioaren merkataritza- eta finantza-kudeaketa. COM651_3 (1550/2011 Errege Dekretua, urriaren 31koa):
UC2183_3: Errepideko garraioaren jarduera ekonomikoa eta finantzarioa kudeatzea.

2.3. Lanbide-ingurunea

Titulu hau lortzen dutenek edozein produkzio-sektoretako enpresetan egingo dute lan, batez ere merkataritza eta marketin publikoaren eta pribatuaren sektoreko enpresetan, marketineko, merkataritza-ikerketako, publizitateko eta harreman publikoetako jarduerak planifikatzeko, antolatzeko eta kudeatzeko funtzioak betez.

Beren enpresa kudeatzen duten norberaren konturako langileak dira, komunikazioko eta publizitateko jarduerak eta ekitaldiak egiten dituztenak, esparru publikoan eta pribatuan, edo besteren konturako langileak, edozein enpresa edo erakunderen marketineko eta komunikazioko sailetan eta prentsako eta komunikazioko kabineteetan, edo komunikazioko enpresetan, publizitate-agentzietan eta ekitaldietan, esparru publikoan eta pribatuan, eta merkatu-ikerketako eta iritzi publikoko enpresa, erakunde eta institutuetan lan egiten dutenak, inkestatzeko eta/edo ikerketako sailetan, honako azpisektore hauen barruan:

- Industria, merkataritza eta nekazaritza, marketineko, publizitateko, harreman publikoetako edo inkestatzeko eta ikerketako sailean.
- Handizkako eta/edo txikizkako merkataritzako banaketako enpresak, marketineko, publizitateko, harreman publikoetako edo inkestatzeko eta ikerketako sailean.
- Finantza-erakundeak eta aseguru-etxeak, marketineko, publizitateko, harreman publikoetako edo inkestatzeko eta ikerketako sailean.
- Enpresa inportatzaileak, esportatzaileak eta banatzaileak/merkaturatzaileak.
- Logistikako eta garraio enpresak.
- Elkarteak, erakundeak, organismoak eta gobernuz kanpoko erakundeak (GKE).

Lanbide eta lanpostu garrantzitsuenak hauek dira:

- Marketineko teknikaria.
- Produktu-buruaren laguntzailea.
- Publizitateko teknikaria.
- Harreman publikoetako teknikaria.
- Marketineko eta komunikazioko ekitaldien antolatzailea.
- Publizitate-enpresetako bitartekoen laguntzailea.
- Komunikabideetako igorpenaren edo emanaldiaren kontrolatzailea.
- Merkatu-azterketetako eta iritzi publikoko teknikaria.
- Landa-lanetako teknikaria.
- Inkestatzaileen ikuskatzailea.
- Inkesta eta zentsuetako agentea.
- Merkatu-ikerketetarako datuen kodetzailea.

3. HEZIKETA ZIKLOAREN IRAKASKUNTZAK

3.1. Heziketa-zikloaren helburu orokorrak:

1. Erabilgarri dauden finantza-iturriak eta -produktuak, hala nola kredituak, maileguak eta bestelako finantza-tresnak, eta izan litezkeen diru-laguntzak ezagutzea eta baloratzea eta enpresarentzat komenigarrienak direnak hautatzea, kontabilitate-informazioa aztertzea eta kostuak, arriskuak, baldintzak eta finantza-erakundeek exijitutako bermeak ebaluatzea, jarduera garatzeko beharrezkoak diren finantza-baliabideak lortzeko.
2. Oinarrizko txostenak eta briefingak egitea, eta *marketing mix*-eko aldagaien merkataritza-estrategiak aztertzea eta definitzea, marketin-planak eta -politikak lantzen eta haien jarraipena egiten laguntzeko.
3. Internet bitarteko komunikazioaren teknologia berriak erabiltzea, eta, eginkizun horretan, web orri korporatiboak eraikitzea, ostatatzea eta mantentzea eta komunikazio-sistema digitalak kudeatzea, marketin digitaleko ekintzak planifikatzeko eta gauzatzeko.
4. Merkataritza-ikerketako planak diseinatzea, eta, horretarako, informazio-premiak zehaztea eta merkatuetako informazio fidagarria lortzeko eta antolatzekeo beharrezkoak diren bigarren mailako eta lehen mailako datuak biltzea.
5. Merkataritza-txostenak egitea, merkatutik estatistika-teknikak aplikatuz lortutako informazioa aztertuta, marketineko informazio-sistema (MIS) eraginkorra ezartzeko.
6. Landa-langileen ezaugarriak zehaztea, eta haiek hautatzeko, dimentsionatzeko, prestatzeko, motibatzekeo eta ordaintzekeo irizpideak definitzea, inkestatzaille eta/edo elkarrizketatzaille taldeak antolatzekeo.
7. Galdetegi bat eta erantsitako argibideak behar bezala interpretatzea, eta inkestatuerei helaraztea, emandako erantzunen jariora eta zehaztasuna bermatuz, inkestak eta/edo elkarrizketak egitekeo.
8. Enpresako edo antolakundeko harreman publikoen helburuak eta tresnak definitzea, marketin-planean ezarritakoaren arabera, enpresako harreman publikoen politika diseinatzekeo.
9. Esku hartzen duten hornitzaileak, eragileak eta agenteak erlazionatzea eta koordinatzea, ekitaldia ezarritako protokoloaren arabera zuzenduz eta gainbegiraturuz eta gorabeherak modu proaktiboan konponduz, marketineko eta komunikazioko ekitaldiak antolatzekeo eta kudeatzekeo.
10. Bezeroarentzako Arreta Saila antolatzea, eta bezeroen gogobetetasuna eta leialtasuna lortzekeo jardun-ildoak ezartzea, eta, horretarako, bezeroa informatzekeo eta hari arreta egitekeo zerbitzuak kudeatzekeo komunikazio-teknika egokiak aplikatzea.
11. Bezeroen kexa eta erreklamazioei erantzutekeo eta konponbidea aurkitzekeo prozedura ezartzea, eta komunikazio- eta negoziazio-teknika egokiak eta/edo bitartekotzakoako edo arbitrajekoak aplikatzea bezeroaren, kontsumitzailearen eta erabiltzailearen kexak eta erreklamazioak kudeatzekeo.
12. Publizitate-bideak eta -euskarriak konbinatzekeo proposamenak egitea, eta, horretarako, publizitate-arloan indarrean dagoen araudia errespetatzea eta emanaldia eta igorpena kontrolatzekeo txostenak idaztea, publizitate-bideen plana lantzekeo.
13. Produktuaren edo zerbitzuaren salmenta-argumentarioa lantzea salmenta-sarean aurkeztekeo, eta marketin-ekintzak eta merkataritza-sustapenekeoak definitzea, merkatuen informazio-sistemako datuak eta produktuaren briefinga aztertuta, produktuak eta/edo zerbitzuak merkaturatzekeo eta merkaturatzekeo lanak kudeatzekeo.
14. Publizitate-komunikazioko teknika limurtzaileak eta bezeroa erakartzekeoak aplikatzea, eta, horretarako, edukiak, testuak eta irudiak hautatzea eta enpresako



- merkataritza- eta informazio-komunikazioaren berezko estiloa erabiltzea, publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak lantzeko.
15. Bezeroekiko, hornitzaileekiko, erakunde publikoekiko, nazioko eta nazioarteko bankuekiko eta merkataritzako eragiketetan esku hartzen duten gainerako operadoreekiko harremanak ingelesez kudeatzea.
 16. Sektoreko bilakaera zientifikoarekin, teknologikoarekin eta antolakuntzakoarekin eta informazioaren eta komunikazioaren teknologiekiko erlazionatutako ikasteko aukerak eta baliabideak aztertzea eta erabiltzea, eguneratzeko espirituari eusteko eta lan-egoera eta egoera pertsonal berrietara egokitzeko.
 17. Sormena eta berritzeko espiritua garatzea laneko eta bizitza pertsonaleko prozesuetan eta antolamenduan sortzen diren erronkei erantzuteko.
 18. Erabakiak oinarrituta hartzea, inplikaturako aldagaiak aztertuta, hainbat esparrutako jakintzak bilduta, eta horietan erratzeko arriskuak eta aukera onartuta; mota orotako egoerei, arazoei eta gorabeherei aurrea hartu eta horiek ebazteko.
 19. Talde-laneko testuinguruetan lidergo, motibazio, ikuskapen eta komunikazioko teknikak garatzea, lan-taldean antolamendua eta koordinazioa errazteko.
 20. Komunikazio-estrategiak eta -teknikak aplikatzea, zabaldu beharreko edukietara, helburura eta hartzaileen ezaugarrietara egokituta; komunikazio-prozesuetan eraginkortasuna ziurtatzeko.
 21. Laneko arriskuen prebentzioko eta ingurumen-babeseko egoerak ebaluatzea, eta prebentzio-neurri pertsonalak eta kolektiboak proposatu eta aplikatzea, lan-prozesuetan aplikatu beharreko araudiaren arabera; ingurune seguruak ziurtatzeko.
 22. Irisgarritasun unibertsalari eta denontzako diseinuari erantzuteko beharrezkoak diren ekintza profesionalak identifikatzea eta proposatzea.
 23. Ikasteko prozesuan egindako lan eta jardueretan kalitate-parametroak identifikatzea eta aplikatzea, ebaluazioaren eta kalitatearen kultura baloratzeko eta kalitatea kudeatzeko prozedurak gainbegiratzeko eta hobetzeko gai izateko.
 24. Kultura ekintzailearekin, enpresakoarekin eta lanbide-ekimenekoarekin lotutako prozedurak erabiltzea, enpresa txiki baten oinarritzko kudeaketa egiteko edo lan bati ekiteko.
 25. Baldintza sozialak eta lanekoak arautzen dituen lege-esparrua kontuan harturik, gizarteko agente aktibo gisa dituen eskubideak eta betebeharrak zein diren jakitea, herritar demokratiko gisa parte hartzeko.

3.2. Lanbide-moduluen zerrenda, ordu-esleipena eta kurtsoa:

LANBIDE MODULUA	Ordu-esleipena	Kurtsoa
0623. Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa	198	1.a
0930. Marketin-politikak	198	1.a
0931. Marketin digitala	198	1.a
1007. Komunikazio-materiala diseinatzea eta lantzea	140	2.a
1008. Komunikabideak eta komunikazio-euskarriak	80	2.a
1009. Harreman publikoak eta marketin-ekitaldien antolamendua	100	2.a
1010. Merkataritza-ikerketak	132	1.a
1011. Merkataritza-ikerketako landa-lana	80	2.a
1109. Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzea	100	2.a
1110. Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta	100	2.a
0179. Ingelesa	165	1.a
1012. Marketineko eta publizitateko proiektua	50	2.a
1014. Laneko prestakuntza eta orientabidea	99	1.a
1013. Lantokiko prestakuntza	360	2.a
Zikloa guztira	2.000	

3.3. Lanbide-moduluak: aurkezpena, ikaskuntzaren emaitzak, ebaluazio-irizpideak, edukiak eta orientabide metodologikoak



1. lanbide-modulua

ENPRESAREN KUDEAKETA EKONOMIKOA ETA FINANTZARIOA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa
Kodea:	0623
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	198 ordu
Kurtsoa:	1.a
Kreditu kop.:	12
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa (Bigarren Irakaskuntzako irakaslea)
Modulu mota:	Konpetentzia-atal honi lotuta dago: UC2183_3: Errepideko garraioaren jarduera ekonomikoa eta finantzarioa kudeatzea.
Helburu orokorrak:	1 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24 / 25

b) 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:

- "Kultura ekintzailearen" kontzeptua, eta enpleguaren eta gizarte-ongizatearen sorburu gisa duen garrantzia ebaluatu du.
- Norberaren ekimenaren, sormenaren, prestakuntzaren eta lankidetzaren garrantzia baloratu du, jarduera ekintzailean arrakasta lortzeko.
- Enpresaren oinarrizko funtzioak banan-banan deskribatu ditu eta guztiak multzoan aztertu ditu sistema integral baten modura.
- Enpresaren ingurune orokorraren osagai nagusiak identifikatu ditu: ingurune ekonomikoa, soziala, demografikoa eta kulturala.
- "Enpresa-kulturaren" eta "irudi korporatiboaren" kontzeptuak, eta horiek enpresa-helburuekin duten lotura ebaluatu ditu.
- Enpresaren gizarte-erantzukizunaren fenomenoak eta enpresa-estrategiaren elementu gisa duen garrantzia ezagutu ditu.
- Balio etikoak eta sozialak gaineratzen dituzten ohiturak identifikatu ditu.
- ETE baten bideragarritasun ekonomikoari eta finantzarioari buruzko azterketa egin du.

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

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Enpresen forma juridikoak ebaluatu ditu.
- b) Enpresa eratzeko eta abian jartzeko gastuak, forma juridikoen ondorio direnak, kalkulatu ditu, eta, horretarako, indarrean dagoen legeria kontsultatu du.
- c) Enpresa bat sortzeko jaso daitezkeen laguntza edo diru-laguntza ofizialei buruzko informazioa lortu du.
- d) Azterketa konparatibo bat abiapuntutzat hartuta, forma juridikorik egokiena hautatu du, kostuak, erantzukizuna eta betebeharrak baloratu ondoren.
- e) Administrazio eta erakunde eskudunetan lortutako informazioa abiapuntutzat hartuta, enpresa eratzeko egin behar diren izapide juridikoak eta administratiboak zehaztu ditu.
- f) Enpresa bat abian jartzeko eskatzen diren administrazio-izapideak, baimenak, lizentziak eta, hala badagokio, lanbide-trebakuntza zehaztu ditu.
- g) Enpresaren jarduera ekonomikoan aritzearen ondorio diren lan- eta zerga-betebeharrak identifikatu ditu.
- h) Sindikatuen, enpresa-batzordeen, langileen ordezkarien, lan-ikuskatzaileen eta dagokien sektorean esku hartzen duten beste gizarte-erakunde batzuen funtzioak aztertu ditu.
- i) Kaudimen-gabeziako, porroteko eta ordainketa-etendurako egoerak eta kaudimen-gabeziako kasuetako hartzekodunen konkurtsoko prozedura aztertu ditu, baita enpresaburuaren erantzukizuna ere.

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

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Aktiboak eskuratzeko eta berritzeko laguntza eta diru-laguntza publikoak lortzeari buruzko informazioa ematen duten erakundeak identifikatu ditu.
- b) Enpresaren inbertsioak eta gainerako eragiketak finantzatzeko finantza- eta kreditu-tresnarik ohikoenei buruzko informazioa lortu du.
- c) Finantza-erakunde batean kreditu bat edo mailegu bat lortzeko exijitzen diren prozedurari, eskakizunei, bermeei eta dokumentazioari buruzko informazioa aztertu du.
- d) Ibilgailuak eta beste ibilgetu batzuk erosteko *leasing* eta *renting* eragiketetan exijitutako eskakizunak eta bermeak aztertu ditu eta kostuak kalkulatu ditu.
- e) "Interes nominalaren" eta "interes efektiboaren" kontzeptuak eta urteko tasa baliokidea (UTB) bereizi ditu, bai inbertsioetan eta bai finantza-tresnetan (maileguak eta kredituak).
- f) Mailegu bat amortizatzeko kuotak eta kostuak kalkulatu ditu, amortizazio-sistema erabilieneren bidez.
- g) Ibilgailuak, makineria eta beste aktibo batzuk erosteko finantza-aukerarik onurazkoena hautatu du, kostu, arrisku eta bermeen arabera.
- h) Garraio bereziko eragiketa jakin batzuk egiteko behar diren abalak, fidantzak eta banku-bermeak eskatzeko baldintzak eta prozedura aztertu ditu.
- i) Kalkulu-orriak erabili ditu hainbat finantza-eragiketa funtzio egokien bidez aztertzeko.

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



Ebaluazio-irizpideak:

- a) Ibilgailuen, instalazioen, makineriaren eta beste aktibo batzuen premiak eta enpreetan beharrezkoak diren hornidurak zehaztu ditu.
- b) Jardueran aritzeko beharrezkoak diren ibilgailuak, makineria eta ibilgetuak salerostearen edo alokatzearen artean dauden funtsezko desberdintasunak aztertu ditu.
- c) Inbertsio-plan baten aldagaiak identifikatu ditu, eta norberaren eta besteren finantzaketa eta epe laburrerako eta epe luzerako inbertsioen berreskurapena bereizi ditu.
- d) Horniduren, mantentze-zerbitzuen eta ordeko piezen beharrak eta hornikuntza-sistemen ondorio diren kostuak zehaztu ditu.
- e) Hainbat inbertsio-plan ebaluatu ditu, kostuak eta sarrera-aurreikuspenak abiapuntu hartuta.
- f) Lehen eta bigarren eskuko merkatuen eta ibilgailuak eta beste aktibo batzuk alokatzeko abantailak eta eragozpenak aztertu ditu.
- g) Harremanetan jarri da, *on line* eta *off line*, hainbat hornitzaile potentzialekin, eta jasotako zehaztapenen arabera eskaintzak eta aurrekontuak aurkezteko eskatu die.
- h) Ibilgailuak, makineria eta instalazioak erosteko eta berritzeko aukerak ebaluatu ditu, erosketa-aurrekontuen eta ordaintzeko baldintzen azterketa konparatiboa abiapuntutzat hartuta.

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

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkataritza- eta zerga-arauak eta produktuen eta/edo zerbitzuen fakturazioa arautzen duten merkataritzako usadioak interpretatu ditu, fakturazio elektronikoa ere barne dela.
- b) Garraio-zerbitzuak zergapetzen dituzten zergak eta kasu bakoitzean aplikatzekoak diren karga-tasak identifikatu ditu.
- c) Balio Erantsiaren gaineko Zergaren (BEZ) alderdiak eta nazioko eta nazioarteko produktuak eta/edo zerbitzuak fakturatzeko ezarritako betebeharrak interpretatu ditu.
- d) Produktuen salmentaren eta/edo zerbitzugintzaren fakturazioa egin du, informatika-aplikazio egokiak erabilia.
- e) Dauden ordainbideen eta kobrantza-bideen ezaugarriak, kobratzeko eta negoziatzeko kudeaketaren kostuak eta arriskuak aztertu ditu.
- f) Bezeroen ordaingabeak kudeatu ditu, indarrean dagoen araudian aintzat hartutako eskakizunak eta epeak betez.
- g) Dibisazko eragiketak ordaintzeko eta kobratzeko baldintzak gainbegiratu ditu.

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

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Balantzearen kontu-sailak bereizi ditu, eta haien erlazio funtzionala aztertu du: aktiboa (finkoa eta zirkulatzaila), pasiboa (finkoa eta zirkulatzaila) eta ondare garbia.
- b) "Inbertsioa", "gastua" eta "ordainketa", "sarrera" eta "kobrantza" kontzeptuak bereizi ditu.

- c) Egindako eragiketak erregistratu ditu eta emaitza kalkulatu du, Kontabilitate Plan Orokorraren printzipio orokorren eta balorazio-arauen arabera.
- d) Ibilgailuen eta ibilgetuko gainerako elementuen amortizazioa zehaztu du, indarrean dagoen zerga-araudiaren eta Kontabilitate Plan Orokorraren arabera.
- e) Urteko kontuak prestatu ditu ETE-entzako Kontabilitate Plan Orokorraren arabera.
- f) Balio Erantsiaren gaineko Zerga (BEZ) aplikatzearen eta kudeatzearen ondorio diren zerga-betebeharrak identifikatu ditu.
- g) Ibilgailuen zirkulazioaren gaineko zerga likidatzeko egin behar diren kudeaketak ezarri ditu, hura erregulatzeko duen araudia interpretatuta.
- h) Ibilgailu jakin batzuen gaineko zergak eta azpiegitura jakin batzuk erabiltzeagatik ordaindu behar diren tasak, kanonak eta erabilera-eskubideak identifikatu ditu.
- i) Mozkinak zergapetzen dituzten zergeri dagozkien zerga-betebeharrak zehaztu ditu, enpresaren forma juridikoaren arabera: PFEZ eta Sozietateen gaineko Zerga.
- j) Kontabilitateko informatika-aplikazio bat erabili du.

7. Inbertsioen errentagarritasuna eta enpresaren kaudimena eta eraginkortasuna zehaztu ditu, erabilgarri dauden datu ekonomikoak eta kontabilitate-informazioa aztertuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Kontabilitate-informazioaren aplikazioak eta utilitateak eta finantzetako egoera-orriak erabili ditu enpresa eraginkortasunez kudeatzeko.
- b) Egindako inbertsioen eta norberaren eta besteren finantza-baliabideen arteko beharrezko oreka-erlazioak baloratu ditu, eta oinarrizko finantzaketa eta zirkulatzailarena bereizi ditu.
- c) Inbertsioen errentagarritasuna ebaluatzeko metodo ohikoenak aplikatu ditu: barne-errendimenduaren tasa (BET), balio eguneratu garbia (BEG) eta itzulera-tasa.
- d) Ibilgetuko elementuen eskuratze-balioa, balio-bizitza, egungo balioa, birjartze-balioa eta hondar-balioa kalkulatu ditu.
- e) Diruzaintzako fluxuak edo *cash-flow* eta batez besteko heltze-aroa kalkulatu ditu.
- f) Lokagunea edo errentagarritasun-atalasea kalkulatu du.
- g) Finantzetako egoera-orriak balantzearen eta emaitza-kontuaren bitartez aztertzeak ratio nagusiak eta finantza-adierazleak kalkulatu ditu.
- h) Kalkulu-orriak erabili ditu finantza-ratioak zehazteko eta enpresaren errentagarritasuna kalkulatzeko.

c) Oinarrizko edukiak

1. ENPRESAK SORTZEKO EKIMENEI ETA AUKEREI BURUZKO INFORMAZIOA BILTZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - "Kultura ekintzailearen" kontzeptua, eta enpleguaren eta gizarte-ongizatearen sorburu gisa duen garrantzia aztertzea. - Norberaren ekimena, sormena, prestakuntza eta lankidetzaren baloratzea, jarduera ekintzailean arrakasta lortzeko. - Enpresaren oinarrizko funtzioak identifikatzea eta guztiak multzoan aztertzea sistema integral baten modura. - Enpresaren ingurunearen osagaiak identifikatzea: ingurune ekonomikoa, soziala, demografikoa eta kulturala. - "Enpresa-kulturaren" eta "irudi korporatiboaren" kontzeptuak, eta horiek enpresa-helburuekin duten lotura aztertzea. - Enpresaren gizarte-erantzukizunaren fenomeno eta enpresa-estrategiaren elementu gisa duen garrantzia aztertzea. - Balio etikoak eta sozialak gaineratzen dituzten ohiturak identifikatzea. - ETE baten bideragarritasun ekonomikoari eta finantzarioari buruzko azterketa egitea.



kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Enpresa-plana: negozioaren ideia. - Ekintzaileen funtsezko faktoreak: ekimena, sormena eta prestakuntza. - Enpresaren oinarrizko funtzioak. - Enpresa sistema gisa. - ETE baten ingurune orokorra eta espezifikoa. - ETEaren eta ingurunearen arteko erlazioak. - ETEaren eta gizartearen arteko erlazioak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lan profesionala baloratzea eta jardueraren bilakaera aurkitzeko jakin-mina izatea, kokatuta dagoen prozesu teknologikoaren funtsezko osagai gisa. - Aurkezten dizkiguten ekimenak (edo ekarpenak) positiboki baloratzea. - Ordena eta garbitasuna baloratzea eta lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea, bai prozesuaren faseetan eta bai produktua aurkeztean.

2. ENPRESAREN FORMA JURIDIKOA EZARTZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Garraioko eta logistikako enpresen forma juridikoak aztertzea. - Enpresa eratzeko eta abian jartzeko gastuak, forma juridikoen ondorio direnak, zehaztea, eta, horretarako, indarrean dagoen legeria kontsultatzea. - Bidaiarien garraioko eta salgaien garraioko eta logistikako enpresak sortzeko jaso daitezkeen laguntza edo diru-laguntza ofizialak identifikatzea. - Azterketa konparatibo bat abiapuntutzat hartuta, forma juridikorik egokiena hautatzea, kostuak, erantzukizuna eta betebeharrak juridikoak baloratu ondoren. - Administrazio eta erakunde eskudunetan lortutako informazioa abiapuntutzat hartuta, enpresa eratzeko egin beharreko izapide juridikoak eta administratiboak zehaztea. - Errepideko garraioko enpresa bat abian jartzeko eskatzen diren administrazio-izapideak, baimenak, lizentziak eta lanbide-trebakuntza identifikatzea. - Garraioaren eta logistikaren esparruko enpresaren jardura ekonomikoan aritzearen ondorio diren lan- eta zerga-betebeharrak identifikatzea. - Sindikatuen, enpresa-batzordeen, langileen ordezkarien, lan-ikuskatzaileen eta garraioaren sektorean esku hartzen duten beste gizarte-erakunde batzuen funtzioak aztertzea. - Kaudimen-gabeziako, porroteko eta ordainketa-etendurako egoerak eta kaudimen-gabeziako kasuetako "hartzekodunen konkurtsoko" prozedura aztertzea, baita enpresaburuaren erantzukizuna ere.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Enpresa eta enpresaburua. - Enpresa motak. - Banako enpresa. Erantzukizun juridikoa eta betebeharrak formalak. - Sozietate zibilak eta ondasun-erkidegoak. - Merkataritzako sozietatea. Sozietate motak. - Sozietate anonimoa, sozietate mugatua eta bestelakoak. - Lan-sozietateak: anonimoa eta mugatua. - Lan elkartuko kooperatibak eta garraio-kooperatibak. - Garraioaren esparruan eskumenak dituzten organismoak eta erakundeak. - Errepideko garraioko enpresa bat eratztea eta abian jartzea:

	<p>eskakizunak, betebehar formalak eta egin beharreko tramiteak (lizentziak eta baimenak).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Logistika-zerbitzuetako enpresa bat eratzea eta abian jartzea. - Errepideko garraioko eta/edo logistikako enpresak eratzeke eta abian jartzeko diru-laguntza ofizialak eta laguntzak. - Garraioko eta/edo logistikako enpresa baten zerga- eta lan-betebeharrak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lan profesionala baloratzea eta jardueraren bilakaera aurkitzeko jakin-mina izatea, kokatuta dagoen prozesu teknologikoaren funtsezko osagai gisa. - Aurkezten dizkiguten ekimenak (edo ekarpenak) positiboki baloratzea. - Ordena eta garbitasuna baloratzea eta lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea, bai prozesuaren faseetan eta bai produktua aurkeztean.

3. FINANTZA BALIABIDEAK LORTZEKO IZAPIDEAK ANTOLATZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Garraioaren eta logistikaren esparruan aktiboak eskuratzeko eta berritzeko laguntza eta diru-laguntza publikoak lortzeari buruzko informazioa ematen duten erakundeak identifikatzea. - Garraioko/logistikako enpresetan inbertsioak eta gainerako eragiketak finantzatzeko finantza- eta kreditu-tresnarik ohikoenak identifikatzea. - Finantza-erakunde batean kreditu bat edo mailegu bat lortzeko exijitzen diren prozedura, eskakizunak, bermeak eta dokumentazioa aztertzea. - Ibilgailuak eta beste ibilgetu batzuk erosteko <i>leasing</i> eta <i>renting</i> eragiketetan exijitutako eskakizunak eta bermeak eta haien kostuak aztertzea. - "Interes nominalaren" eta "interes efektiboaren" kontzeptuak eta urteko tasa baliokidea (UTB) bereiztea, bai inbertsioetan eta bai finantza-tresnetan (maileguak eta kredituak). - Mailegu bat amortizatzeke kuotak eta kostuak kalkulatzek, amortizazio-sistema erabiliene bidez. - Ibilgailuak, makineria eta beste aktibo batzuk erosteko finantza-aukerak ebaluatzea, eta finantza-kostuen, arrisku-mailaren eta finantza-erakundeek exijitutako bermeen arabera enpresarentzat onurazkoena dena hautatzea. - Garraio bereziko eragiketa jakin batzuk egiteke behar diren abalak, fidantzak eta banku-bermeak eskatzeko baldintzak eta prozedura aztertzea. - Kalkulu-orriak erabiltzea hainbat finantza-eragiketa funtzio egokien bidez kudeatzeko.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Inbertsioa eta finantzaketa: enpresaren egitura ekonomikoa eta finantza-egitura. - Garraioko eta/edo logistikako enpresa baten inbertsio-premiak. - Norberaren eta besteren finantzaketa-iturriak. Barruko eta kanpoko finantzaketa. - Garraioaren eta logistikaren jarduerako diru-laguntza ofizialak eta finantza-laguntzak. - Epe luzerako finantzaketa. Garraioaren eta logistikaren esparruko finantza-produktuak: maileguak eta jesapenak, <i>leasing</i> eta <i>renting</i>, eta bestelako finantzaketa-moduak. - Epe laburrerako finantzaketa: merkataritza-kredituak eta ordainketa-geroratzeak, banku-kredituak, merkataritzako efektuen negoziazioa



	<p>eta <i>factoring</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kalkulu-orria eta bestelako informatika-aplikazioak maneiatzea finantza-kostuak kalkulatzeko eta maileguak eta bestelako finantza-produktuak amortizatzen.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Aurkezten dizkiguten ekimenak (edo ekarpenak) positiboki baloratzea. - Ordena eta garbitasuna baloratzea eta lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea, bai prozesuaren faseetan eta bai produktua aurkeztean. - Lanak egiteko ezarritako epeekiko konpromisoa azaltzea. - Zeregin hauek betetzeko informazioaren eta komunikazioaren teknologiak erabiltzeko eta sartzeko prestasuna izatea eta informazioa zuhurtziaz eta konfidentziasunez maneiatzea.

4. IBILGAILUAK ETA BESTE AKTIBO BATZUK EROSTEKO EDO ALOKATZEKO FORMALITATEAK ZEHAZTEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Bidaiarien eta salgaien garraioko eta/edo logistikako enpresetan ibilgailuen, instalazioen, makineriaren eta beste aktibo batzuen premiak eta beharrezkoak diren hornidurak zehaztea. - Jardueran aritzeko beharrezkoak diren ibilgailuak, makineria eta ibilgetuak salerostearen edo alokatzearen artean dauden funtsezko desberdintasunak aztertzea. - Inbertsio-plan baten aldagaiak identifikatzea, eta norberaren eta besteren finantzaketa eta epe laburrerako eta epe luzerako inbertsioen berreskurapena bereiztea. - Erregai-horniduraren, ibilgailuen mantentze-zerbitzuen eta ordeko piezen beharrak eta hornikuntza-sistemen ondorio diren kostuak zehaztea. - Inbertsio-planak ebaluatzea, kostuak eta sarrera-aurreikuspenak abiapuntu hartuta, eta BEG eta BET kalkulatzeko, komenigarriena hautatzeko. - Lehen eta bigarren eskuko merkatuen eta ibilgailuak alokatzeko abantailak eta eragozpenak aztertzea, enpresaren beharrak estaltzeko. - Harremanetan jartzea, <i>on line</i> eta <i>off line</i>, hainbat hornitzaile potentzialekin, eta jasotako zehaztapenen arabera eskaintzak eta aurrekontuak aurkezteko eskatzea. - Ibilgailuak, makineria eta instalazioak erosteko eta berritzeko aukerak ebaluatzea, erosketaren aurrekontuen eta ordaintzeko baldintzen azterketa konparatiboa abiapuntutzat hartuta.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ekipamendu- eta inbertsio-premiak zehaztea. - Errepideko garraioko enpresa batean ibilgailuen eta horniduren erosketak eta alokatzeak kudeatzea, zerbitzu mota eta haren ahalmena eta egin beharreko ibilbideak kontuan hartuta. - Inbertsioak aztertzea eta hautatzea. Ibilgailuak eta beste ibilgetu batzuk erosteko edo alokatzeko erabakia. - Hornitzaileak bilatzea eta eskaintzak eta aurrekontuak eskatzea. - Erosteko eta alokatzeko baldintzak eta aurrekontuak: kantitatea, kalitatea, prezioak, deskontuak, entrega-epeak, zergak, ordaintzeko baldintzak eta finantzaketa. - Ibilgailuak eta beste ekipamendu batzuk erosteari eta alokatzeari buruzko dokumentuak egitea, informatika-tresna egokiak erabilia: kontratuak egitea eta eskaerak formulatzea. - Hornitzaileen datu-baseak sortzea eta mantentzea: hornitzaileen fitxategi maisua, altak eta bajak, datuak sartzeko eta eguneratzea.

	- Erosketak kudeatzeko informatika-aplikazio bat erabiltzea.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ordena eta garbitasuna baloratzea eta lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea, bai prozesuaren faseetan eta bai produktua aurkeztean. - Informazio garrantzitsua, konparagarria eta inguruabar aldakorretara etengabe egokitzen ari dena bilatzea, eta erabilitako iturriak eta bideak kritikoki baloratzea.

5. KOBRANTZEN ETA ORDAINKETEN DOKUMENTUAK, FAKTURAK ETA ORDAINAGIRIAK EGITEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza- eta zerga-arauak eta garraioko eta logistikako zerbitzuen fakturazioa arautzen duten merkataritzako usadioak interpretatzea. - Faktura elektronikoa igortzeko eta hartzeko eskakizunak eta araudia interpretatzea, eta fakturazio elektronikoa ekartzen dituen abantailak eta onurak aztertzea. - Bidaiarien garraioko eta salgaien garraioko eta logistikako zerbitzuak zergapetzen dituzten zergak eta kasu bakoitzean aplikatzekoak diren karga-tasak identifikatzea. - Garraioari eta logistikari aplikatzekoak diren Balio Erantsiaren gaineko Zergaren (BEZ) alderdiak eta nazioarteko zerbitzuak (erkidego barrukoak eta erkidegoaz kanpokoak) fakturatzeko ezarritako betebeharrak interpretatzea. - Garraioko eta/edo logistikako eragiketak fakturatzea, informatika-aplikazio egokiak erabilia. - Dauden ordainbideen edo kobrantza-bideen ezaugarriak, kobratzeko eta negoziatzeko kudeaketaren kostuak eta arriskuak aztertzea: txekak, banku-transferentziak, ordainagiri normalizatuak, kanbio-letrak eta zor-agiriak. - Bezeroen ordaingabeak kudeatzea, indarrean dagoen araudian aintzat hartutako eskakizunak eta epeak betez. - Dibisazko eragiketak ordaintzeko eta kobratzeko baldintzak gainbegiratzea, finkatutako baldintzen, kanbio-tasaren, komisioen eta hitzartutako dokumentazioaren arabera.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Aurrekontuak egitea. - Zerbitzuen fakturazioa eta fakturen sortzapena: ezaugarriak eta lege-eskakizunak, ereduak eta faktura motak, fakturak betetzea eta igortzea. - Fakturak merkataritza- eta zerga-araudiaren arabera kontserbatzea eta erregistratzea. - Garraioko eta logistikako eragiketen fiskalitatea: Balio Erantsiaren gaineko Zerga (BEZ) eta errepideko garraioari buruzko beste zerga batzuk. - Erkidego barruko eragiketak: ezaugarriak eta zerbitzuen fakturazioa. - Ordaintzeko eta kobratzeko bideak eta dokumentuak: txekia, banku-transferentzia, ordainagiri normalizatua, kanbio-letra eta zor-agiria, besteak beste. - Bezeroen datu-baseak sortzea eta mantentzea: bezeroen fitxategi maisua, bezeroen altak eta bajak, datuak sartzea eta eguneratzea. - Fakturazioko informatika-aplikazio bat maneatzea.
jarrerazkoak	- Kalitate-irizpideak aplikatzeko interesa izatea eta ongi egindako lana positiboki baloratzea, aurreikusitako zereginak eraginkortasunez



	<p>betez.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Talde-lanean parte hartzea eta hartarako prestasuna izatea, eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.
--	---

6. ENPRESETAN KONTABILITATE ETA ZERGA PROZESUA KUDEATZEA

<p>prozedurazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Balantzearen kontu-sailak bereiztea, eta haien erlazio funtzionala aztertzea: aktiboa (finkoa eta zirkulatzaila), pasiboa (finkoa eta zirkulatzaila) eta ondare garbia. - "Inbertsioa", "gastua" eta "ordainketa", "sarrera" eta "kobrantza" kontzeptuak bereiztea, egindako eragiketak erregistratzea eta emaitza kalkulatzeko, Kontabilitate Plan Orokorren printzipio orokorren eta balorazio-arauen arabera. - Ibilgailuen eta ibilgetuko gainerako elementuen amortizazioa zehaztea, indarrean dagoen zerga-araudiaren eta Kontabilitate Plan Orokorren arabera. - Urteko kontuak ETE-entzako Kontabilitate Plan Orokorren arabera prestatzea, emaitza-kontuaren kontu-sail nagusiak bereizita, eta kontu horren saldoaren esanahia interpretatzea (zerga aurreko eta ondorengo mozkinak). - Balio Erantsiaren gaineko Zerga (BEZ) aplikatzearen eta kudeatzearen ondorio diren zerga-betebeharrak identifikatzea, eta zergaren hiru hilez behingo eta urteko autolikidaziorako beharrezkoa den dokumentazioa egitea. - Ibilgailuen zirkulazioaren gaineko zerga likidatzeko egin behar diren kudeaketak ezartzea, hura erregulatzen duen araudia interpretatuta. - Ibilgailu jakin batzuen gaineko zergak eta azpiegitura jakin batzuk erabiltzeagatik ordaindu beharreko tasak, kanonak eta erabilera-eskubideak identifikatzea. - Mozkinak zergapetzen dituzten zergei dagozkien zerga-betebeharrak zehaztea, enpresaren forma juridikoaren arabera: PFEZ eta Sozietateen gaineko Zerga. - Kontabilitateko informatika-aplikazio bat erabiltzea.
<p>kontzeptuzkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Enpresaren kontabilitate-betebeharrak. Merkataritza- eta zerga-araudia. - Enpresaren ondarea: aktiboa, pasiboa eta ondare garbia. - Kontuak. Terminologia eta egitura eta motak. - Kontabilitate-liburuak eta erregistro-liburuak. - ETE-entzako Kontabilitate Plan Orokorra. - Kontabilitate-zikloa. Kontabilitate-idatzoharrak, amortizazioak eta doikuntzak, emaitzaren kalkulua eta ekitaldiaren itxiera. - Urteko kontuak: galdu-irabazien kontua, egoera-balantzea, ondare garbian izandako aldaketen egoera-orria eta memoria. - Ekitaldiko emaitza. - Pertsona Fisikoen Errentaren gaineko Zerga (PFEZ). - Sozietateen gaineko Zerga. - Balio Erantsiaren gaineko Zerga. - Ibilgailuen zirkulazioaren gaineko zerga. - Ibilgailu jakin batzuen gaineko zergak, bidesariak, tasak eta azpiegitura jakin batzuk erabiltzeagatik ordaindu beharreko kanonak. - Finantza-kontabilitateko informatika-aplikazio bat maneiatzea kontabilitate-erregistrorako eta urteko kontuak prestatzeko.
<p>jarrerazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kalitate-irizpideak aplikatzeko interesa izatea eta ongi egindako lana positiboki baloratzea, aurreikusitako zereginak eraginkortasunez

	<p>betez.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Talde-lanean parte hartzea eta hartarako prestasuna izatea, eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.
--	---

7. INBERTSIOEN ERRENTAGARRITASUNA ZEHAZTEA	
<p>prozedurazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kontabilitate-informazioaren aplikazioak eta utilitateak eta finantzetako egoera-orriak aztertzea, enpresa eraginkortasunez kudeatzeko. - Egindako inbertsioen eta norberaren eta besteren finantza-baliabideen arteko beharrezko oreka-erlazioak baloratzea, eta oinarritzko finantzaketa eta zirkulatuzailearena bereiztea. - Inbertsioen errentagarritasuna ebaluatzeko metodo ohikoenak aplikatzea: barne-errendimenduaren tasa (BET), balio eguneratu garbia (BEG) eta itzulera-tasa. - Ibilgailu-flota ebaluatzea eta eskuratzeko-balioa, balio-bizitza, egungo balioa, birjartze-balioa eta hondar-balioa ebaluatzea. - Diruzaintzako fluxuak edo <i>cash-flow</i> eta batez besteko heltze-aroa edo inbertitutako dirua berreskuratzeko behar den denbora zehaztea. - Lokagunea edo errentagarritasun-atalasea kalkulatzeko. - Finantzetako egoera-orriak balantzearen eta emaitza-kontuaren bitartez aztertzea eta ratio nagusiak eta finantza-adierazleak kalkulatzeko. - Kalkulu-orriak erabiltzea finantza-ratioak zehazteko eta enpresaren errentagarritasuna kalkulatzeko.
<p>kontzeptuzkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Enpresa-kudeaketari aplikatzekoa den enpresaren kontabilitate-informazioa eta informazio ekonomikoa eta finantzarioa interpretatzea. - Lokagunea edo errentagarritasun-atalasea. - Inbertsioen ebaluazioa eta errentagarritasunaren kalkulua. - Batez besteko heltze-aroa. - Emaitzak aztertzea eta interpretatzea. - Enpresaren finantzetako egoera-orriak aztertzea. - Finantza-ratio nagusiak. - Analisi ekonomikoa. Errentagarritasuneko eta eraginkortasuneko ratioak. - Kalkulu-orria eta beste informatika-aplikazio batzuk erabiltzea ratioak kalkulatzeko eta enpresaren analisi ekonomikoa eta finantzarioa egiteko.
<p>jarrerazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aurkezten dizkiguten ekimenak (edo ekarpenak) positiboki baloratzea. - Ordena eta garbitasuna baloratzea eta lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea, bai prozesuaren faseetan eta bai produktua aurkeztean.

d) Orientabide metodologikoak

Modulu hau irakatsi eta ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziazioa



Modulu honen ("**Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa**") asmoa da heziketa-ziklo honetako ikasleek enpresako kontabilitate- eta finantza-prozesuak eta bertan erabiltzen diren kontabilitate-euskarriak ulertzea.

Eduki-multzoen sekuentziazioan, egokia izan daiteke edukien atalean erabiltzen den ordena berari jarraitzea. Eskematikoki laburbilduta, hona hemen proposatzen den edukien sekuentziazioa:

1. Negozio-ideia enpresa-errealitate bihurtu aurreko enpresa-plana egitea, sarritan finantzaketa-eskaerak edo diru-laguntzak eskuratzeko urratsa izaten dena.
 - a. Erabakiak hartzeko (inbertsioak, lineak, ekipamenduak...) hil edo bizikoak diren informazio-iturri guztiak (sektoreko agenteak, lehiakideak, datu-baseak, merkataritza-ganberak, aldizkari espezializatuak...) identifikatzea eta eguneratuta mantentzea.
 - b. Antolakundearen jarduera orientatzea, kudeaketa-sistema batez hornitzeko, eta prozesu operatibo nagusiak definitzea.
 - c. Planaren atal nagusiak identifikatzea eta garatzea: negozio-lerroak, estaltzen dituen premiak, merkatu-segmentua, lehia-abantailak, erabili beharreko teknologia, bezeroek antzematen duten balioa.
2. Enpresaren forma juridikoa eta erantzukizunak ezartzea:
 - a. Enpresa zibilen eta merkataritzakoen oinarriko ezaugarriak aztertzea.
 - b. Enpresen sorreran esku hartzen duten erakundeak.
 - c. Izapide eta formalitate legalak.
3. Finantza-baliabideak eta inbertsioak aztertzea eta erosteko edo alokatzeko formalitateak zehaztea:
 - a. Balantzean jasota dauden enpresaren egitura ekonomikoak eta finantzarioak, finantza-alderdia bereziki nabarmenduta.
 - b. Finantza-arloaren atalak.
 - c. Epe luzerako finantzaketaren eta epe laburrerakoaren arteko desberdintasuna.
 - d. 2. atalean ("Finantza-baliabideak eta inbertsioak aztertzea...") ikusitako finantzaketa-premiei loturik dauden inbertsio-premiak zehaztea.
 - e. Erosteko edo alokatzeko erabakia, bere aldaerekin, eskaini behar den balio erantsiaren premiara baldintzatua.
 - f. Finantzaketak zein inbertsioak errealitate bihurtzeko beharrezkoak diren dokumentuak egitea.
4. Epe laburra aztertzea, kobrantza eta ordainketekin:
 - a. Faktura behar bezala betetzat eman ahal izateko kontuan hartu behar diren eskakizun guztiak.
 - b. Fakturekin batera doazen zergak, zehazki BEZa, bai nazioko eragiketetan, eta bai erkidego barrukoetan eta hirugarren herrialdeekiko eragiketetan.
 - c. Fakturarako adierazitakoa bera kobratzeko eta ordaintzeko dokumentuetara eramatea.
 - d. BEZa berreskuratzea.
5. Kontabilitate Plan Orokorrekin erlazionatutako kontabilitate-prozesua eta plan orokorraz bestelako kontabilizazio-metodoak aztertzea:
 - a. Ogasunak onartutako kontabilitate-metodoak, zerga-oinarriaren kalkuluan oinarritzen direnak.

- b. Hautatutako kontabilitate-metodoaren arabera bete beharreko kontabilitate-liburuak edo kontabilitate-obligazioak.
 - c. Kontabilitate-zikloa, kontabilitate-liburu bakoitza laburki azalduta.
 - d. Sektorearen berezko zergak.
6. Inbertsioen errentagarritasuna aztertzea, haien orekak eta hartzen diren arriskuak bilatuz:
- a. Balantzearen orekak bilatzea.
 - b. Emaidza-kontuaren atalak bilatzea eta balio erantsiaren sorreraren arabera beheranzko ordenan eraikitzea.
 - c. Enpresaren egoera kokatzeko aukera ematen duten ratioak, lokagunea eta batez besteko heltze-aroa.

Urteko kontuek aukera ematen dute gaur-gaurkoak diren eta etorkizunean kezka sortuko duten gaietariko batzuei buruzko galderak egiteko:

- Segurtasuna eta ingurumena.
- Laneko babesa.

2) Alderdi metodologikoak

Metodologiaren ikuspuntutik, komenigarria da ikasleak hiru alderdi hauek ulertzea:

- Alde batetik, nazioko eta nazioarteko agintariak exijitutako eskakizun ofizialak, lanbidean jarduteko beharrezkoak direnak.
- Bestetik, enpresako erantzukizuna, haren erregimen juridikoaren mende dagoena.
- Azkenik, kontabilitatea enpresaren egoera ebaluatzen duen elementu gisa.

Hasieran orientazio hori emanda, garrantzizkoa izango da agintariak exijitutako eskakizun ofizialen azterketa zorrotza aipatzea.

Ondoren, garrantzitsua izango litzateke ikasleei Merkataritza Erregistroaren garrantzia ikusaraztea, hori baita nolabaiteko garrantzia duten enpresa guztiek argitara eman behar duten informazioa jasotzen duen erakunde publikoa.

Azkenik, enpresaren kontabilitate-prozesua burutzea, haren erantzukizuna ebaluatu eta definitzen duen tresna gisa, zeren helburua izan behar baita ikasleak sektoreko enpresa batean kontabilitatea kudeatzeko prozesu bat garatzeko trebatzea.

Modulu hau garatzeko, suposizio errealetan oinarritzea aholkatzen da, horretarako Merkataritza Erregistroa harturik enpresen kontuen euskarri ofizialtzat.

Euskarri horren laguntzarekin, taldean/gelan enpresak sortzeko hezkuntza-praktika egin daiteke, enpresaren jarduera guztiak garatuta azken analisira arte, enpresaren irudi zehatzean oinarritutako kudeaketa eraginkor orok izan behar dituen orekak uler ditzaten ikasleak.

Nolanahi ere, modulu honetan teoria eta praktika oso loturik daude, eta sektoreko enpresen kasu errealak (esate baterako, Merkataritza Erregistrotik jasotakoak) erabiltzea funtsezkoa da ikasleen jakin-min logikoa lortzeko, horrek eramango baititu ikasleak bere buruari ikaskuntza interaktibo bihurtuko duten galderak egitera. Ikasleen parte-hartze aktiboak pisu handia hartzen du. Baina parte-hartze hori talde-metodologia batean

kokatu behar da, taldea baita jarduten duena eta gainerako taldeekin harremanetan dagoena.

Modulu honek datu errealean oinarritutako erabakiak hartzen laguntzen die ikasleei, nahiz eta erabiliko den zenbaki-mordoak ikasleen frustrazioa ekar dezakeen. Irakasleek egoera hori erabil dezakete ikasleei laguntzeko erabakiei aurre egin behar dietenean.

Une oro, oroimenean oinarritutako ikuspegia saihestu behar da, eta informazioan oinarritutako ikaskuntza bilatu, garrantzizkoa izan behar baita ikasleei iritziak oinarri onarekin ematea ahalbidetzeko: esate baterako, egokia izan daiteke kontabilitate-konplexutasuna ulertu ahal izateko beharrezkoa dena jasoko duten taulak egitea.

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

Komenigarria izan daiteke jarduera hauek azpimarratzea:

- ✓ Merkataritza Erregistrotik jasotako urteko kontuak deskribatzea. Hainbat kontabilitate-dokumentutan antolatuta daude eta zerrenda komun hau izango lukete:
 - Gordailututako kontabilitate-dokumentuak identifikatzea.
 - Akordioa ziurtatzea.
 - Urteko kontuak:
 - Balantzea.
 - Galdu-irabaziak.
 - Ondare garbian izandako aldaketen egoera-orria.
 - Eskudiru-fluxuen egoera-orria.
 - Memoria.
 - Kontu-ikuskapeneko txostena.
 - Kudeaketa-txostena.
 - Autozorroaren txostena.
 - Ingurumen-txostena.

Horien artean, komenigarria izango litzateke balantzea, galdu-irabaziak eta urteko kontuen memoria nabarmentzea.

- ✓ Oinarrizko dokumentazioa ezagutzea:
 - Beharrezkoak diren araudiak alderdi zehatzetan aztertuta:
 - Erregimen juridikoetan: erantzukizuna, siglak, kapital minimoa, bazkide kopurua, zuzeneko fiskalitatea, diruz lagundu daitezkeen egitateak eta erakundeak.
 - Sorreran: erakundeak, gutxi gorabeherako kostuak, Internet erabiltzea, SLNEaren (enpresa berria sozietate mugatua) kasuan esaterako.
 - Kontabilitatea eramateko sistemetan: zenbatespen motak, bakoitzaren jardura eta kontabilitate- eta erregistro-betebeharrak, adibide batekin.
 - Kostuen behatoki bat erabilia: Eusko Jaurlaritzarena (OTEUS-Euskadiko Garraio Behatokia), Sustapen Ministerioarena, Generalitatearena edo beste batzuk.
 - Oinarrizko ratioak kalkulatu: erabilgarritasuna, diruzaintza, kaudimena, zorpetzea, errentagarritasuna eta besteren bat.

Ebaluaziorako alderdi nabarmenenei dagokienez, multzo bakoitzean honako hauek izango lirateke:

- ✓ Enpresak sortzeko ekimenei eta aukerei buruzko informazioa biltzea:
 - Enpresa-plana egitea.
 - Izan litezkeen finantzaketa-iturriak eta erkidegoek enpresak sortzeko eta lehiakortasuna hobetzeko esparruan urtero deitzen dituzten diru-laguntzak aztertzea.

- Etorkizuneko enpresaren prozesu operatiboak argi eta garbi definitzea.
- ✓ **Sektorearen berezko enpresaren forma juridikoa ezartzea:**
 - Enpresa motaren arabera erantzukizun juridikoen eta betebeharrak formalen taula bat egitea.
 - Kostuen, erantzukizunen eta betebeharrak juridikoen azterketa konparatibo batean oinarrituta forma juridikoa hautatzea ahalbidetuko duten ebaluazio-jarduerak diseinatzea.
- ✓ **Finantza-baliabideak lortzeko kudeaketa ezaugarritzea:**
 - Sektoreko enpresen urteko kontuak erabiltzea sektorearen berezko enpresen inbertsioak finantzatzeko finantza- eta kreditu-tresnarik ohikoenak identifikatzeko.
 - Ibilgetuak erosteko eragiketen eta *leasing* eta *renting* eragiketen kostuak, eskakizunak eta bermeak, interesak eta urteko tasa baliokidea (UTB) identifikatzea ahalbidetuko duten taulak egitea.
- ✓ **Ibilgailuak eta beste aktibo batzuk erosteko eta/edo alokatzeko formalitateak zehaztea:**
 - Hornikuntza-sistemen ondorio diren hornidura eta zerbitzuen premiek exijitzen dituzten inbertsioak ulertzea ahalbidetuko duten ebaluazio-jarduerak diseinatzea.
 - Hainbat hornitzaileen eskaintzak eta aurrekontuak aztertzea jarduerak diseinatzea, erosketa-aurrekontuen eta ordainketa-baldintzen azterketa konparatiboa egiteko.
- ✓ **Jardueran kobrantzak eta ordainketak fakturatzeko eta kudeatzea:**
 - Kostuen behatokiak datuak erabiltzea garraio eta logistikako zerbitzuak zergapetzen dituzten zergak eta kasu bakoitzean aplikatzekoak diren tasak identifikatzeko.
 - Sektoreari aplikatzekoak diren BEZari buruzko alderdiak eta nazioarteko zerbitzuak fakturatzeko betebeharrak interpretatzea ahalbidetuko duen taula bat egitea.
- ✓ **Kontabilitate- eta zerga-prozesua kudeatzea:**
 - Indarrean dagoen zerga-araudian ibilgetuen zerga-alorreko iraupen-denbora bilatzea, eta amortizazioa indarrean dagoen zerga-araudiaren arabera eta Kontabilitate Plan Orokorren arabera egiteko kalkuluak konparatzeko taula bat egitea.
 - Balantzearen urteko kontuak eta emaitza laburtuak prestatzea, eta kontuen saldoaren esanahia interpretatzea (garrantzi berezia emanez zerga aurreko eta ondorengo mozkinen artean dagoen azkeneko aldeari).
 - Emaitza-kontua enpresaren balio erantsiaren eraikuntza gisa interpretatzea, eta zergaren (BEZ) hiru hilez behingo eta urteko autolikidaziorako prozesua ulertzea ahalbidetuko duen dokumentazioa egitea.
- ✓ **Inbertsioen errentagarritasuna zehaztea:**
 - Balantzeak interpretaziorik xumeanean aztertzea, urteko kontuetan bildutako kontabilitate-informazioa baloratzeko eta enpresaren kudeaketa eraginkorra antzemateko.
 - Errentagarritasun-ratioak eta horien bikoiztea kalkulatzeko, inbertsioen eta beste aktibo batzuen errentagarritasunak ebaluatu ahal izateko.

2. lanbide-modulua MARKETIN POLITIKAK

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Marketin-politikak
Kodea:	0930
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	198 ordu
Kurtsoa:	1.a
Kreditu kop.:	12
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa (Bigarren Irakaskuntzako irakaslea)
Modulu mota:	Kompetentzia-atal honi lotuta dago: UC2185_3: Marketin-plana eta -politikak definitzen eta haien jarraipena egiten laguntzea.
Helburu orokorrak:	2 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24 / 25

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

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

Ebaluazio-irizpideak:

- Produktu edo zerbitzuaren eskaintzari eta eskariari buruz erabilgarri dauden datuak aztertu ditu, eta lehiakideenekin eta produktu ordeztako eta osagarrienekin konparatu ditu.
- Salmentek produktuen, produktu-lerroen edo marken arabera, edo bezero moten arabera izan duten bilakaerari eta joerari buruzko informazioa aztertu du, eta merkatu-kuota eta aldakuntza-tasak kalkulatu ditu, informatika-aplikazio egokia erabilia.
- Bezero errealen eta potentzialen profila eta erosteko ohiturak aztertu ditu, produktua edo zerbitzua haien erosteko ohitura, behar eta motibazioetara egokitzeko.
- Enpresari merkataritza-aukerak eman diezazkioketen merkatu-nitxoak identifikatu ditu, azterketa-teknika egokiak aplikatuta.
- erosketa-potentziala duten eta merkataritzaren aldetik enpresarentzat erakargarriak diren bezero-taldeak edo -segmentuak identifikatu ditu, irizpide hauek erabilia: erosketa-bolumena eta -maiztasuna, leialtasun-maila, markarekiko identifikazioa eta produktua bereizteko ahalmena, besteak beste.

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

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

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Produktuaren edo zerbitzuaren atributuak identifikatu ditu, haren izaeraren, baliagarritasunaren eta ase ditzakeen beharren arabera, eta haren xede den kontsumitzailearen pertzepzioa eta erosteko arrazoiak kontuan hartuta.
- b) Enpresak merkaturatzen dituen produktuen eta haien lerro, familia eta kategorien datu-base bat landu du, eta haien ezaugarri teknikoak, erabilerei, aurkezpenari, ontziari eta markari 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) Produktuaren, zerbitzuaren edo produktu-gamaren merkaturako posizionamendua zehaztu du, eta, horretarako, hainbat ratio, hazkunde-tasa, merkatu-kuotak, hazkunde/merkatu-partaidetza matrizea (BCG eredua) eta beste zenbait analisi-teknika erabili ditu.
- e) Hainbat produkturen bizi-zikloa aztertu du, zikloaren zein fasetan dauden zehazteko.
- f) Produktu edo zerbitzuei buruzko informazioa eguneratu du, eta, horretarako, salmenta-saretik, banatzaileengandik eta dendetatik edo bezero-taldeengandik bildu du informazioa, informatika-tresna egokia erabilita.
- g) Produktu-politikan izan litezkeen merkataritza-estrategiak definitu ditu, produktuaren bizi-zikloa eta haren xede den bezeroaren profila kontuan hartuta.
- h) Produktuei, zerbitzuei edo produktu-lerroei buruzko txostenak egin ditu, marka-irudia, posizionamendua eta izan litezkeen merkataritza-estrategiak aztertuta.

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

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Produktu edo zerbitzuen prezioei eta merkaturatzeari buruz indarrean dagoen lege-araudia identifikatu du, enpresaren prezio-politikan aplikatzeko.
- b) Produktuaren salmenta-prezioa zehazten duten faktoreak identifikatu ditu, eta, horretarako, fabrikazio- eta banaketa-kostuak, komisioak, marjinak eta deskontuak aintzat hartu eta produktuaren bizi-zikloa, posizionamendua eta hura merkaturatzeko estrategia kontuan hartu ditu.
- c) Fabrikazio- eta merkaturatze-kostuetan izandako aldakuntzek produktuaren azken salmenta-prezioan eta salmenta-bolumenean duten eragina ebaluatu du, produktuaren edo zerbitzuaren eskariaren elastikotasuna aztertuta.
- d) Produktuaren salmenta-prezioa fabrikazio- eta banaketa-kostuen dokumentua abiapuntu hartuta kalkulatu du.
- e) Produktuaren edo zerbitzuaren marjina gordina kalkulatu du, kostuaren osagaiak, lokagunea eta merkatuaren joera aztertuta, eta marjinetan izan litezkeen hobekuntzak proposatu ditu.
- f) Produktuaren edo zerbitzuaren prezioa lehiakideenekin konparatzeko azterketa bat egin du, eta prezioen arteko alde zergatikoa aztertu ditu.

- g) Prezio-politikan dauden estrategiak aztertu ditu, kostuak, produktuaren bizi-zikloa, lehiakideen prezioak eta xede duen merkatu-segmentuaren ezaugarriak kontuan hartuta.
- h) Produktuen, zerbitzuen edo produktu-lerroen prezioei buruzko txostenak egin ditu, erabakiak hartzeko.

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

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkataritza-banaketaren funtzioak identifikatu ditu, eta *marketing mix*-aren barruan duen garrantzi estrategikoa baloratu du.
- b) Dauden salmenta-moduak ezaugarritu ditu, sektorearen, produktu edo zerbitzu motaren eta bezero motaren arabera.
- c) Dauden banaketa-kanalak bitartekari kopuruaren eta motaren, haien arteko elkartzemailaren eta betetzen dituzten funtzioen arabera sailkatzea.
- d) Merkataritza-banaketako hainbat egitura konparatzeko azterketa bat egin du, eta, horretarako, kanalaren mailak eta bitartekari kopurua eta mota aztertu ditu eta *on line* banaketaren aukera baloratu du.
- e) Banaketa-kanal egokiena hautatu du, norberaren eta besteren banaketa-estrategia eta lortu nahi den merkatuaren estaldura kontuan hartuta.
- f) Merkataritzako bitartekotzako kontratu motak aztertu ditu, fabrikatzaileen eta banaketa- eta salmenta-sarearen arteko harremana formalizatzen dutenak.
- g) Merkataritza-banaketaren kostua kalkulatu du, hura osatzen duten elementu guztiak kontuan hartuta.
- h) Merkataritza-banaketari buruzko txostenak egin ditu, kostuen azterketen datuak, denborak, erabilgarri dauden bitartekariak eta estrategia bideragarriak abiapuntu hartuta, erabakiak hartzeko.

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

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Komunikazio-politikaren helburuak definitu ditu, helburuko publikoaren ezaugarriak edo erdietsi nahi diren *target*-ak kontuan hartuta.
- b) Komunikazioaren mix-a osatzen duten ekintza motak eta moduak ezaugarritu ditu.
- c) Komunikazioko ekintza motak eta tresnak bereizi ditu, helburuko publikoa, irudi korporatiboa eta antolakundearen helburuak eta estrategiak kontuan hartuta.
- d) Hainbat komunikazio-ekintza konparatzeko azterketa bat egin du, aurreikusitako inpaktuaren, helburuen, aurrekontuaren eta bitartekoen eta komunikabideen merkaturan erabilgarri dauden euskarrien arabera.
- e) Komunikazio-ekintzen maiztasuna, aldia eta epeak definitu ditu, helburuko publikoaren gaineko inpaktuaren efizientziaren eta eraginkortasunaren, aurreko ekintzen lorpenen, lehiakideen ekintzen eta aurrekontu erabilgarriaren arabera.
- f) Antolakundeak komunikazio-ekintzak gauzatzeko edo kontratatzeke duen ahalmena ebaluatu du, baliabide erabilgarrien eta erabili behar diren komunikabideen arabera.
- g) Produktu berriak merkaturatzeko edo merkaturan iraunarazteko eta, hartara, irudi korporatiboa eta marka-irudia indartzeko komunikazio- eta sustapen-ekintza egokienak hautatu ditu.
- h) Helburuak eta *target*-ak edo helburuko publikoa eta erabilgarri dauden bitartekoen azterketa jasotzen dituen komunikazio-politikaren oinarritzko txostena egin du.

6. Komunikazio-ekintzak gauzatzeko edo kanpoan kontratatzeko produktu, zerbitzu edo marken briefingak egiten ditu, eta, horretarako, *marketing mix*-eko aldagaiak, merkataritza-helburuak eta bezeroen profila erlazionatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Produktu, zerbitzu edo marka baten *briefing*aren helburuak eta xedea definitu ditu, marketin-ekintzak garatzeko.
- b) Briefingaren egitura eta hura osatzen duten elementuak ezaugarritu ditu, marketin-ekintza motaren eta haren hartzailearen arabera.
- c) Produktuaren, zerbitzuaren edo markaren oinarritzko informazioa edo *briefing*a lantzeko behar izaten diren datuak hautatu ditu, aurrera eramango den ekintza motaren arabera.
- d) Behar bezala ezaugarritutako *briefing* batean bildutako informazioa aztertu du, informazio horren xedea adierazi du eta garrantzizko ondorioak atera ditu.
- e) Komunikazio-ekintza jakin baterako produktu edo zerbitzu baten *briefing*a idatzi du, jasotako zehaztapenen arabera eta informatika-tresnak eta aurkezpenekoak erabilita.

7. Marketin-plana lantzen du, eta, horretarako, produktuaren oinarritzko informazioa, prezioa, banaketa eta komunikazioa hautatu, eta *marketing mix*-eko aldagaiak elkarrekin erlazionatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkataritza-plangintzako prozesuaren etapak edo faseak ezaugarritu ditu eta marketin-planaren baliagarritasuna identifikatu du.
- b) Aztertuko diren oinarritzko informazioa edo datuak hautatu ditu.
- c) Egoeraren kanpoko zein barneko analisia (AMIA) egin du, estatistika-teknika eta informatika-aplikazio egokiak erabilita.
- d) Lortu nahi diren helburuak ezarri ditu eta haiek erdiesteko marketin-estrategia egokienak hautatu ditu.
- e) Produktuaren, prezioaren, banaketaren eta komunikazioaren politiken ekintzak eta haien arteko erlazioak ezarri ditu.
- f) Aurrekontua landu du, eta aurreikusitako politikak aurrera eramateko beharrezkoak diren finantza-baliabideak eta giza baliabideak eta plana praktikan jartzeko behar den denbora zehaztu ditu.
- g) Marketin-plana idatzi eta aurkeztu du, informatika-tresna egokiak erabilita.

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

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Marketin-planeko politiken jarraipena egiteko eta haiek kontrolatzeko prozedurak ezarri ditu, eta, horretarako, inplikaturako sail eta agenteengandik eta salmenta-eta banaketa-saretik bildu du informazioa.
- b) Marketin-ekintzak kontrolatzeko prozesuan lortutako informazioa eguneratu du, aplikazioak eta informazio-sistemak erabilita: marketineko informazio-sistema (MIS), bezeroekiko harremanak kudeatzeko aplikazioa (CRM) eta beste zenbait.
- c) Marketin-planaren ekintzak kontrolatzeko ratioak kalkulatu ditu, beste sail batzuetatik, salmenta-saretik eta marketineko informazio-sistematik (MIS) lortutako informazioa abiapuntu hartuta.
- d) Lortutako emaitzak marketin-planean aurreikusitako helburuekin konparatu ditu, eta plana gauzatzean izan diren desbideratzeak zehaztu ditu.

- e) Merkataritza-politikak eta -ekintzak gauzatzean izan diren desbideratzeak eta egin diren akatsak konpontzeko neurri zuzentzaileak proposatu ditu.
- f) Marketin-plana kontrolatzeko eta ebaluatzeko txostenak egin ditu, jarraipen-prozesuan lortutako informazioa, hautemandako desbideratzeak eta neurri zuzentzaileen proposamena bilduta.

c) Oinarrizko edukiak

1. ENPRESA BATEN MERKATU AUKERAK EBALUATZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Produktu edo zerbitzuaren eskaintzari eta eskariari buruz erabilgarri dauden datuak aztertzea, eta lehiakideenekin eta produktu ordeko eta osagarrienekin konparatzea. - Salmentek produktuen, produktu-lerroen edo marken arabera, edo bezero motaren arabera izan duten bilakaerari eta joerari buruzko informazioa aztertzea, eta merkatu-kuota eta aldakuntza-tasak kalkulatzeko, informatika-aplikazio egokia erabilita. - Bezero errealen eta potentzialen profila eta erosteko ohiturak aztertzea, produktua edo zerbitzua haien erosteko ohitura, behar eta motibazioetara egokitzeko. - Enpresari merkataritza-aukerak eman diezazkioketen merkatu-nitxoak identifikatzea, azterketa-teknika egokiak aplikatuta. - Erosketa-potentziala duten eta merkataritzaren aldetik enpresarentzat erakargarriak diren bezero-taldeak edo -segmentuak identifikatzea, irizpide hauek erabilita: erosketa-bolumena eta -maiztasuna, leialtasun-maila, markarekiko identifikazioa eta produktua bereizteko ahalmena, besteak beste. - Egindako datu-analisien ondorioak jasotzen dituzten txostenak egitea, informatika-aplikazio egokia erabilita.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - "Marketinaren" kontzeptua eta edukia. - Marketinaren ekonomian dituen funtzioak. - Marketinaren enpresaren kudeaketan. - Marketin motak. - Marketin estrategikoa. Merkatu-aukeren azterketa. - Merkatua segmentatzeko estrategiak. - Marketin operatiboa. <i>Marketing mix</i>-eko aldagaiak. - <i>Marketing mix</i>-eko politiken definizioa eta garapena. - Zerbitzuen marketina.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Sortzen diren arazoaren aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea. - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea. - Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeko.

2. PRODUKTUAREN EDO ZERBITZUAREN POLITIKA DEFINITZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Produktuaren edo zerbitzuaren atributuak identifikatzea, haren izaeraren, baliagarritasunaren eta ase ditzakeen beharren arabera, eta haren xede den kontsumitzailearen pertzepzioa eta erosteko
----------------	--

	<p>arrazoiak kontuan hartuta.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enpresak merkaturatzen dituen produktuen eta haien lerro, familia eta kategorien datu-base bat lantzea, eta haien ezaugarri teknikoei, erabilerei, aurkezpenari, ontziari eta markari buruzko informazio garrantzitsua sartzea bertan. - Produktuak edo zerbitzuak lehiakideenekin konparatzeko azterketa bat egitea, eta, besteak beste, ezaugarri teknikoak, baliagarritasuna, aurkezpena, marka eta ontzia konparatzea. - Produktuaren, zerbitzuaren edo produktu-gamaren merkaturako posizionamendua zehaztea, eta, horretarako, hainbat ratio, hazkundetasuna, merkatu-kuotak, hazkunde/merkatu-partaidetza matrizea (BCG eredua) eta beste zenbait analisi-teknika erabiltzea. - Hainbat produkturen bizi-zikloa aztertzea, zikloaren zein fasetan dauden zehazteko. - Produktu edo zerbitzuei buruzko informazioa eguneratzea, eta, horretarako, salmenta-saretik, banatzaileengandik eta dendetatik edo bezero-taldeengandik biltzea informazioa, informatika-tresna egokia erabilia. - Produktu-politikan izan litezkeen merkataritza-estrategiak definitzea, produktuaren bizi-zikloa eta haren xede den bezeroaren profila kontuan hartuta. - Produktuei, zerbitzuei edo produktu-lerroei buruzko txostenak egitea, marka-irudia, posizionamendua eta izan litezkeen merkataritza-estrategiak aztertuta.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Produktua marketin-tresna gisa. Ezaugarriak eta atributuak. Produktu motak. - Produktuaren dimentsioa. - Produktuaren bizi-zikloa. - Produktuaren politika. Helburuak. - Produktu, zerbitzu edo marken zorroaren azterketa. - Produktuen politikako estrategiak. - Produktu berriak sortzea eta merkaturatzea. - Produktuak dibertsifikatzea. - Produktua edo zerbitzua bereiztea. - Marka. Xedea eta lege-arautzea. Marka motak. Estrategiak. - Produktu, zerbitzu eta marken irudia eta posizionamendua. - Produktuei buruzko txostenak egitea, informatika-tresnak erabilia.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Sortzen diren arazoen aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea. - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

3. PREZIO POLITIKA DEFINITZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Produktu edo zerbitzuen prezioei eta merkaturatzeari buruz indarrean dagoen lege-araudia identifikatzea, enpresaren prezio-politikan aplikatzeko. - Produktuaren salmenta-preziora zehazten duten faktoreak identifikatzea, eta, horretarako, fabrikazio- eta banaketa-kostuak, komisioak, marjinak eta deskontuak aintzat hartu eta produktuaren bizi-zikloa, posizionamendua eta hura merkaturatzeko estrategia kontuan hartzea.
-----------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Fabrikazio- eta merkaturatze-kostuetan izandako aldakuntzek produktuaren azken salmenta-prezioan eta salmenta-bolumenean duten eragina ebaluatzea, produktuaren edo zerbitzuaren eskariaren elastikotasuna aztertuta. - Produktuaren salmenta-prezioa fabrikazio- eta banaketa-kostuen dokumentua abiapuntu hartuta kalkulatzeko. - Produktuaren edo zerbitzuaren marjina gordina kalkulatzeko, kostuaren osagaiak, lokagunea eta merkatuaren joera aztertuta, eta marjinetan izan litezkeen hobekuntzak proposatzeko. - Produktuaren edo zerbitzuaren prezioa lehiakideenekin konparatzeko azterketa bat egitea, eta prezioen arteko aldeen zergatikoa aztertzea. - Prezio-politikan dauden estrategiak aztertzea, kostuak, produktuaren bizi-zikloa, lehiakideen prezioak eta xede duen merkatu-segmentuaren ezaugarriak kontuan hartuta. - Produktuen, zerbitzuen edo produktu-lerroen prezioei buruzko txostenak egitea, erabakiak hartzeko.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Produktuaren prezioa marketin-tresna gisa. - Produktu edo zerbitzu baten prezioaren osagaiak. - Prezioak finkatzeko prozesua. Horretan eragina duten faktoreak. - Prezio-politika. Helburuak. - Prezioen alorreko lege-araudia. - Prezioak finkatzeko metodoak: kostuetan, lehiari eta merkatuaren eskarian oinarritzen direnak. - Prezio-politikako estrategiak. - Prezio psikologikoen estrategia. - Produktu baten kostuak kalkulatzeko eta salmenta-prezioa zehazteko, kalkulu-orria erabilita. - Prezioei buruzko txostenak egitea, informatika-tresna egokiak erabilita.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzeko, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea. - Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiaturik jokatzea.

4. BANAKETA KANALA ETA MODUA HAUTATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-banaketaren funtzioak identifikatzeko, eta <i>marketing mix</i>-aren barruan duen garrantzi estrategikoa baloratzea. - Dauden salmenta-moduak ezaugarritzea, sektorearen, produktu edo zerbitzu motaren eta bezero motaren arabera. - Dauden banaketa-kanalak bitartekari kopuruaren eta motaren, haien arteko elkartzeko-mailaren eta betetzen dituzten funtzioen arabera sailkatzea. - Merkataritza-banaketako hainbat egitura konparatzeko azterketa bat egitea, eta, horretarako, kanalaren mailak eta bitartekari kopurua eta mota aztertzea eta <i>on line</i> banaketaren aukera baloratzea. - Banaketa-kanal egokiena hautatzea, norberaren eta besteren banaketa-estrategia eta lortu nahi den merkatuaren estaldura kontuan hartuta. - Merkataritzako bitartekotzako kontratu motak aztertzea, fabrikatzaileen eta banaketa- eta salmenta-sarearen arteko
----------------	---

	<p>harremana formalizatzen dutenak.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-banaketaren kostua kalkulatzea, hura osatzen duten elementu guztiak kontuan hartuta. - Merkataritza-banaketari buruzko txostenak egitea, kostuen azterketen datuak, denborak, erabilgarri dauden bitartekariak eta estrategia bideragarriak abiapuntu hartuta, erabakiak hartzeko.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-banaketa marketin-tresna gisa. - Banaketa-kanalak. Kontzeptua, egitura eta motak. - Merkataritzako bitartekariak. Bitartekari motak eta haien funtzioak. - Banaketa-politika. Helburuak. - Banaketa-kanala eta modua hautatzea baldintzatzen duten faktoreak. - Salmenta-metodoak: salmenta tradizionala, autozerbitzua eta dendarik gabekoa, besteak beste. - Banatzeko merkataritza-moduak: denda independentea, elkartua eta integratua. - Banaketa-estrategiak. Fabrikatzailearen eta salmenta-sarearen eta -puntuaren arteko harremana. - Merkataritzako bitartekotzako kontratuak eta moduak. - Frankizia-kontratua. - Banaketa-kostuak: egitura eta kalkulua. - Banaketari buruzko txostenak egitea, informatika-aplikazioak erabilia.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Sortzen diren arazoen aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea. - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea.

5. KOMUNIKAZIO EKINTZAK HAUTATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Komunikazio-politikaren helburuak definitzea, helburuko publikoaren ezaugarriak edo erdietsi nahi diren <i>target</i>-ak kontuan hartuta. - Komunikazioaren <i>mix</i>-a osatzen duten ekintza motak eta moduak ezaugarritzea. - Komunikazioko ekintza motak eta tresnak bereiztea, helburuko publikoa, irudi korporatiboa eta antolakundearen helburuak eta estrategiak kontuan hartuta. - Hainbat komunikazio-ekintza konparatzeko azterketa bat egitea, aurreikusitako inaktuaren, helburuen, aurrekontuaren eta bitartekoen eta komunikabideen merkatuan erabilgarri dauden euskarrien arabera. - Komunikazio-ekintzen maiztasuna, aldia eta epeak definitzea, helburuko publikoaren gaineko inaktuaren efizientziaren eta eraginkortasunaren, aurreko ekintzen lorpenen, lehiakideen ekintzen eta aurrekontu erabilgarriaren arabera. - Antolakundeak komunikazio-ekintzak gauzatzeko edo kontratatzeko duen ahalmena ebaluatzea, baliabide erabilgarrien eta erabili behar diren komunikabideen arabera. - Produktu berriak merkaturatzeko edo merkatuan iraunarazteko eta, hartara, irudi korporatiboa eta marka-irudia indartzeko komunikazio-eta sustapen-ekintza egokienak hautatzea. - Helburuak eta <i>target</i>-ak edo helburuko publikoa eta erabilgarri dauden bitartekoen azterketa jasotzen dituen komunikazio-politikaren oinarrizko txostena egitea.
-----------------------	---

kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-komunikazioko prozesua. Oinarrizko elementuak. - Komunikazioaren <i>mix</i>-a: motak eta moduak. - Komunikazio-politikak. - Publizitatea. - Salmenten sustapena. - Harreman publikoak. - Zuzeneko marketina. - Marketin erlazionala. - <i>Merchandising</i>-a. - Salmenta pertsonala. - <i>On line</i> marketina. - Komunikazio-politikari buruzko txostenak egitea, informatika-aplikazioak erabilia.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea. - Pertsonen arteko komunikazio-moduak antzematea, komunikazioa zein egoeratan sortzen den kontuan izanda. - Beste kultura batzuetako pertsonetikiko harremanak dakarren aberastasuna balioestea. - Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

6. PRODUKTU, ZERBITZU EDO MARKEN BRIEFINGAK EGITEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Produktu, zerbitzu edo marka baten briefingaren helburuak eta xedea definitzea, marketin-ekintzak garatzeko. - Briefingaren egitura eta hura osatzen duten elementuak ezaugarritzea, marketin-ekintza motaren eta haren hartzailearen arabera. - Produktuaren, zerbitzuaren edo markaren oinarrizko informazioa edo briefinga lantzeko behar izaten diren datuak hautatzea, aurrera eramango den ekintza motaren arabera. - Behar bezala ezaugarritutako briefing batean bildutako informazioa aztertzea, informazio horren xedea adieraztea eta garrantzizko ondorioak ateratzea. - Komunikazio-ekintza jakin baterako produktu edo zerbitzu baten briefinga idaztea, jasotako zehaztapenen arabera eta informatika-tresnak eta aurkezpenekoak erabilia.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Produktu edo zerbitzu baten briefinga: helburuak eta xedea. - Briefingaren egitura. - Hura osatzen duten elementuak eta informazioa. - Briefing bat informatika-aplikazioak erabilia egitea.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Sortzen diren arazoen aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea. - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea. - Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiaturki jokatzeta.

7. MARKETIN PLANA LANTZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-plangintzako prozesuaren etapak edo faseak ezaugarritzea eta marketin-planaren baliagarritasuna identifikatzea. - Aztertuko diren oinarritzko informazioa edo datuak hautatzea. - Egoeraren kanpoko zein barneko analisia (AMIA) egitea, estatistika-teknika eta informatika-aplikazio egokiak erabilia. - Lortu nahi diren helburuak ezartzea eta haiek erdiesteko marketin-estrategia egokienak hautatzea. - Produktuaren, prezioaren, banaketaren eta komunikazioaren politiken ekintzak eta haien arteko erlazioak ezartzea. - Aurrekontua lantzea, eta aurreikusitako politikak aurrera eramateko beharrezkoak diren finantza-baliabideak eta giza baliabideak eta plana praktikan jartzeko behar den denbora zehaztea. - Marketin-plana idaztea eta aurkeztea, informatika-tresna egokiak erabilia.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Marketinaren plangintza: xedea eta helburuak. - Marketin-plana: ezaugarriak, baliagarritasuna eta egitura. - Egoeraren analisia: barneko eta kanpoko analisia. AMIA analisia. - Helburu orokorrak eta marketinekoak ezartzea. - Marketin-estrategiak hautatzea. - <i>Marketing mix</i>-eko ekintzak eta politikak. Haien arteko erlazioa. - Aurrekontua. - Marketin-plana gauzatzea eta kontrolatzea. - Marketin-plana idaztea eta aurkeztea, informatika-aplikazioak erabilia. - Zerbitzuetarako marketin-plana.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Sortzen diren arazoaren aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea. - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeko.

8. MARKETIN PLANEKO POLITIKEN ETA EKINTZEN JARRAIPENA ETA KONTROLA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Marketin-planeko politiken jarraipena egiteko eta haiek kontrolatzeko prozedurak ezartzea, eta, horretarako, inplikaturako sail eta agenteengandik eta salmenta- eta banaketa-saretik biltzea informazioa. - Marketin-ekintzak kontrolatzeko prozesuan lortutako informazioa eguneratzea, aplikazioak eta informazio-sistemak erabilia: marketineko informazio-sistema (MIS), bezeroekiko harremanak kudeatzeko aplikazioa (CRM) eta beste zenbait. - Marketin-planaren ekintzak kontrolatzeko ratioak kalkulatzeko, beste sail batzuetatik, salmenta-saretik eta marketineko informazio-sistematik (MIS) lortutako informazioa abiapuntu hartuta. - Lortutako emaitzak marketin-planean aurreikusitako helburuekin konparatzea, eta plana gauzatzean izan diren desbideratzeak zehaztea. - Merkataritza-politikak eta -ekintzak gauzatzean izan diren desbideratzeak eta egin diren akatsak konpontzeko neurri

	<p>zuzentzaileak proposatzea.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketin-plana kontrolatzeko eta ebaluatzeko txostenak egitea, jarraipen-prozesuan lortutako informazioa, hautemandako desbideratzeak eta neurri zuzentzaileen proposamena bilduta.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Marketin-planeko ekintzen jarraipena eta kontrola. - Kontrol-ratio ohikoenak kalkulatzeko, kalkulu-orriak erabilia. - Izandako desbideratzeak kalkulatzeko eta neurri zuzentzaileak proposatzea.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Sortzen diren arazoaren aurrean, eta prozesua hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea. - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea. - Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiaturki jokatzeko.

d) Orientabide metodologikoak

Modulu hau irakatsi eta ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziazioa

Proposatzen den ibilbide didaktikoak hiru zati ditu.

Lehenik, **1. multzoa**. Ahaleginak egingo dira ikaslea enpresa-ingurunean kokatzeko, gai izan dadin enpresaren merkatu-aukeren ebaluazioa egiteko hainbat parametroren azterketaren bitartez (eskaintzak, eskariak, lehia, produktuaren bilakaera, joerak, erosteko ohiturak, merkatu-nitxoak, eta abar). Horretarako, "marketinaren" kontzeptua azalduko da, baita marketinak enpresan betetzen duen eginkizuna eta marketin-estrategiak eta -politikak azaldu ere.

Bigarren fasean, **2., 3., 4. eta 5. multzoak**. Multzo horietan marketin-politikak garatuko dira:

- Produktu-politika: asmoa da "produktua" zer den azaltzea, eta nola egin behar den enpresa baten produktuaren azterketa lehiakideen produktuen aldean. Markaren garrantzia. 2. multzoa.
- Prezio-politika: asmoa da prezioak produktu baten merkaturatzean duen garrantzia ulertzea eta prezioan eragina duten parametroen kalkuluak egiten ikastea, eta produktuaren eta prezioaren arteko erlazioa aztertzea. 3. multzoa.
- Banaketa-politika: asmoa da banaketa-kanalak, merkataritzako bitartekotza, salmenta-metodoak, banaketa-estrategiak, kostua eta abar ezagutzea, produktu mota bakoitzarentzako banaketa-kanalak zein diren bereizteko gai izateko. 4. multzoa.
- Komunikazio-politika: asmoa da komunikazioak enpresaren barruan duen garrantzia ulertzea, eta enpresak bere produktua ezagutzera emateko eta salmentak areagotzeko aurrera eraman ditzakeen komunikazio eta sustapen motak ezagutzea. 5. multzoa.

Hirugarren fasean, asmoa da publizitate-agentzia baterako briefing bat lantzeko beharrezkoa den gaitasuna eskuratzea (**6. multzoa**). Fase honetan, gainera, lehenengo bi faseetan ikasitakoarekiko paraleloan, merkataritza-plangintza egokia egiteko beharrezkoa den gaitasuna eskuratuko da, marketineko aldagaiek sortzen dituzten

efektuak elkarrekin erlazionatuta (**7. multzoa**). Aldi berean, marketin-politiken jarraipena eta kontrola egingo da, baita marketineko aurrekontua osatzen duten kontu-sailen ebaluazio ekonomikoa ere (**8. multzoa**).

2) Alderdi metodologikoak

- Modulu hau egituratu eta antolatzean, eduki-multzoetan adierazitako prozedurek irakasteko prozesua bideratzea proposatzen da. Eduki mota horretan arreta berezia jartzea izan daiteke, beharbada, erdietsi nahi diren helburuekin koherentziarik handiena gordetzen duen aukera. Horrek ez du esan nahi kontzeptuzko eta jarrerazko edukiak gutxien direnik, ezinbestekotzat jotzen baitira sustatzen diren jakintzak erabilerakoak izan daitezten, eduki horiek prozedura haiek menderatzearen ondorio diren premien mende jarri behar direla baizik.
- Kontzeptuzko edukien ikaskuntza kasu praktikoen azterketarekin indartuko da. Horretarako, lan-taldeak sortzea proposatzen da, lehenasunez lan egiteko modu gisa. Halaber, bereziki nahigarri eta aberasgarritzat jotzen da ahozko aurkezpenak egitea, "beldur eszenikoa" galtzeko, eta teknologia berrien laguntzaz baliatzea.
- Horrenbestez, moduluaren jakintza globalak finkatuko dituen eta moduluko ikaskuntzaren emaitzak ebaluatuko dituen marketin-plan bat egin behar da, talde-lanean jardunez.

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

- ✓ Produktu-lerroen merkatuko egoera aztertzea, eta produktu berriak merkaturatzeko aukera eta merkaturatzearen ezaugarriak ebaluatzea.
- ✓ Produktuen prezioak eta kostuak aztertzea, eta, horretarako, haien eraketan esku hartzen duten aldagaiak erlazionatzea eta metodo estatistikoak eta ekonomikoak aplikatzea.
- ✓ Banaketa-kanalen egitura definitzen duten faktoreak aztertzea.
- ✓ Produktu eta marken briefing bat egitea marketin-planak garatzeko.
- ✓ Enpresan gara daitezkeen hainbat publizitate-ekintza aztertzea.
- ✓ *Marketing mix*-ean esku hartzen duten aldagaiak erlazionatzea eta ondorioak ateratzea.
- ✓ Marketin-planen ezarpena ebaluatzea eta kontrolatzea.

3. lanbide-modulua MARKETIN DIGITALA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Marketin digitala
Kodea:	0931
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	198 ordu
Kurtsoa:	1.a
Kreditu kop.:	11
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-prozesuak (Lanbide Heziketako irakasle teknikoa)
Modulu mota:	Tituluaren profilari lotutako modulua
Helburu orokorrak:	3 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24 / 25

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

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

Ebaluazio-irizpideak:

- Interneten funtzionamenduaren eta erabileraren funtsezko kontzeptuak identifikatu ditu.
- Internetekin konektatzeko sistemak ebaluatu ditu.
- Interneten informatika-sistemarako sarbidea konfiguratu du.
- Intraneten eta estraneten berezko ezaugarriak egiaztatu ditu.
- Interneten zehar mugitzeko programa nabigatzaile nagusiak erabili ditu.
- Informazio-bilaketa selektiboak egin ditu aplikazio espezifiko bidez.
- Gaika espezializatutako bilatzaileak eta bilaketa aurreratuko beste aplikazio batzuk erabili ditu.

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

Ebaluazio-irizpideak:

- Posta elektronikoa konfiguratzan duten elementuak identifikatu ditu.
- Posta elektronikoa webetik zuzenean erabili du.
- Posta elektronikoko bezero-programak erabili ditu mezuen bidalketa eta harrera kudeatzeko.

- d) Fitxategiak bezero-ordenagailu batetik zerbitzari batera transferitzeko sare-protokoloa (FTP) identifikatu du.
- e) Fitxategiak partekatu ditu parekoen arteko (*peer to peer* edo P2P) ordenagailu-sare baten bitartez.
- f) Doako *softwarea* deskargatu du, erabiltzeko denbora-mugak dituena eta mugarik gabekoa.
- g) Besteak beste, bideoak, musika eta bideojokoak deskargatu ditu.

3. Fakturazio elektronikoa eta beste administrazio-zeregin batzuk telematikoki egiten ditu, kasu bakoitzean software espezifikoak erabilia.

Ebaluazio-irizpideak:

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

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

Ebaluazio-irizpideak:

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

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

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Hipertestua markatzeko lengoaian (HTML) gehien erabiltzen diren sententziak idatzi ditu.
- b) Web orriak osatzen dituzten fitxategiak modu errazean sortzeko aukera ematen duten programa komertzialak erabili ditu.
- c) Domeinu propioa edo doako ostatatzea duten web orrien helbidea erregistratu du.

- d) Zeregin horretan espezializatutako programen bidez sortutako web fitxategiak Internet zerbitzarira bidali ditu
- e) Testuak, irudiak eta soinua txertatzeko programa espezifikoak erabili ditu.
- f) Merkataritza elektronikorako web eraginkor bat eraiki du.
- g) Eskaintakoan interesatutako eta orientatutako trafikoa sortzeko gai diren esteka interesgarriak sartu ditu webean.

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

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Enpresaren merkataritza-helburuak lortzeko aukera emango duen marketin digitaleko plana prestatu du.
- b) *On line* marketineko eta posizionamenduko prozesuak definitu ditu.
- c) *On line* publizitatea eta sustapena egiteko bete behar diren jarraibideak ezarri ditu.
- d) Bilatzaileen marketina konfiguratzeko duten elementuak identifikatu ditu.
- e) Marketin elektronikoaren erronkak ebaluatu ditu: ordainbideekiko konfiantza, arazo logistikoak eta segurtasuna.
- f) Sarearen bitartez bezeroak kudeatzeko eta haien leialtasuna lortzeko beharrezkoak diren zereginak egin ditu.
- g) Marketin digitalean bezeroarekin komunikatzeko eta harremanetan jartzeko joera berriak identifikatu ditu.
- h) Marketin-ekintzak egin ditu gailu mugikorren bitartez.

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

Ebaluazio-irizpideak:

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

c) Oinarrizko edukiak

1. SAREETARAKO SARBIDEAK ETA KONEXIOAK ADMINISTRATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Interneten funtzionamenduaren eta erabileraren funtsezko kontzeptuak identifikatzea. - Internetekin konektatzeko sistemak ebaluatzea. - Interneten informatika-sistamarako sarbidea konfiguratzeko. - Intraneten eta estraneten berezko ezaugarriak egiaztatzea. - Interneten zehar mugitzeko programa nabigatzaile nagusiak
----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> erabiltzea. - Informazio-bilaketa selektiboak egitea aplikazio espezifiko bidez. - Gaika espezializatutako bilatzaileak eta bilaketa aurreratuko beste aplikazio batzuk erabiltzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Sarrera. Internet zer den eta zer jatorri duen. - Funtzionaltasuna: zerbitzariak eta bezeroak, TCP/IP protokoloa, World Wide Web, Interneteko domeinuak. - Internetekin konektatzeko moduak. - Sarbidearen konfigurazioa. - Intranetak eta estranetak. - Nabigatzailea eta haren funtzionamendua: nabigatzaileak erabilienak. - Interneten informazioa bilatzea. - Bilatzaileak: bilaketa-tresnak eta indizeak, bilatzaile tematikoak, multibilatzaileak eta metabilatzaileak. - Oinarrizko kontzeptuak: eragileekiko bilaketa, bilaketa-sintaxi bereziak, bilaketa aurreratuko aukera, zerbitzu gehigarrietan txertatzea eta tresna espezifikoak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea (zereginen banaketa komenigarriena).

2. INTERNETEKO HAINBAT ZERBITZU ETA PROTOKOLO KUDEATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Posta elektronikoa konfiguratzeko elementuak identifikatzea. - Posta elektronikoa webetik zuzenean erabiltzea. - Posta elektronikoko bezero-programak erabiltzea mezuen bidalketa eta harrera kudeatzeko. - Fitxategiak bezero-ordenagailu batetik zerbitzari batera transferitzeko sare-protokoloa (FTP) identifikatzea. - Fitxategiak partekatzea parekoen arteko (<i>peer to peer</i> edo P2P) ordenagailu-sare baten bitartez. - Erabiltzeko denbora-mugak dituen doako softwarea eta mugarik gabekoa deskargatzeko programak erabiltzea. - Besteak beste, bideoak, musika eta bideojokoak deskargatzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Posta elektronikoa: zer den eta nola funtzionatzen duen. - Web posta: kontu bat sortzea, eta irakurtzeko, erantzuteko eta bidaltzeko oinarrizko funtzioak egitea. - Zabor-posta. - POP3 posta: zer den eta nola erabili behar den. - POP3 posta bidaltzeko, hartzeko eta mantentzeko eragiketen kudeaketa. - Fitxategi-transferentzia: zer den eta nola erabiltzen den. - FTP zerbitzariak. FTP aplikazioak. - P2P sareak (<i>peer to peer</i>): aplikazioak. - Deskargak: musika, bideoak eta softwarea. - <i>Freeware</i> eta <i>shareware</i>. - Ahots-konexio telefonikoak.

jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea (zereginen banaketa komenigarriena). - Sortzen diren arazoaren aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.
--------------	--

3. FAKTURAZIO ELEKTRONIKOA ETA BESTE ADMINISTRAZIO ZEREGIN BATZUK TELEMATIKOKI EGITEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Faktura-formatu elektronikoko gutxi-asko korapilatsuak identifikatzea (EDIFACT, XML, PDF, DOC, XLS, GIF, JPEG edo TXT, besteak beste). - Ordenagailuen arteko transmisio telematikoak ezartzea. - Transmisio telematikoaren osotasuna eta egiazkotasuna sinadura elektronikoko aitortu baten bitartez bermatzen duten prozedurak ezartzea. - Faktura elektronikokoak jaulkitzeko aplikazio espezifikoak erabiltzea. - Interneten ohikoak diren tresnak erabiltzea, enpresaren eta erakunde publikoaren eta beste erakunde batzuen arteko harremanari buruzkoak. - Interneten erabiltzen diren orotariko hainbat tresna erabiltzea. - Gure informatika-tresnerian biltegitratutako datuen osotasun eta segurtasunerako kaltegarriak diren programak identifikatzea. - Enpresako informazioa babesteko beharrezkoak diren segurtasun-hesiak aplikatzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Faktura elektronikoa: alderdi orokorrak, erabiltzeko baldintzak eta lege-araudia. - Segurtasuna: sinadura elektronikoko aitortua. - Fakturazio elektronikoko programak. - Beste enpresekiko eta erakunde publikoekiko harremana: banku elektronikoa, Gizarte Segurantzarekiko izapideak eta Ogasunarekiko zerga-harremanak, besteak beste. - PDF fitxategiak bistartzeko eta inprimatzeko programak. - Beste hainbat aplikazioren artean, musika, bideoak, filmak, telebista-programak eta audioliburuak erreproduzitzeko, antolatze eta sinkronizatzeko programak. - Interneteko segurtasuna: publizitate-erauntsia (<i>spam</i>), informatika-birusak, spyware eta phishing. - Biruskontrakoak, suebakiak eta espioikontrakoak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea (zereginen banaketa komenigarriena). - Sortzen diren arazoaren aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

4. INTERNETEKO BESTE ERABILTZAILA BATZUEKIKO HARREMANETAN JARRAITU BEHARREKO ESTRATEGIA ZEHAZTEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Web programak erabiltzea testu-ziberberriketak egiteko. - Berehalako mezularitzako programak erabiltzea. - Harremanetan jartzea Interneteko beste erabiltzaile batzuekin eztabaida- eta iritzi-fooen bitartez. - Soinua bakarrik edo soinua eta irudia erabiltzen duten ahozko komunikazio-sistemak aplikatzea. - Kontaktuak ezartzea gai zehatzei buruz eduki profesionaleko blog tematikoen bitartez. - Komunikazioak, publizitatea eta salmentak egitea Interneteko beste erabiltzaile batzuekin sare sozialen bitartez. - Merkataritzako jardueraren, produktuen eta prozesuen ikus-entzunezko edukiak eta argazkiak sortzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Berriketa- edo txat-taldeak: IRC programak eta <i>webchat</i> programak. - Berehalako mezularitzako zerbitzua. - Internet bidezko telefonia. - Bideokonferentzia. - Foroak: foro batean irakurtzea eta idaztea. - Eztabaida-taldeak. - Sare sozialak. - Weblogak, blogak edo bitakorak. - Enpresentzako sare sozialak. - Sare sozial bateko orri bati elementuak gehitzea. - Sare sozial bateko orri batean argazkiak eta ikus-entzunezko elementuak erabiltzea. - Orri bati aplikazio profesionalak gehitzea. - Kanpoko blogak eta RSS. - Talde interesgarri baten bilaketa. - Eragin handiko kontaktuen sare bat sortzea. - Sare sozialetan erosteko eta saltzeko prozesua.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea (zereginen banaketa komenigarriena). - Sortzen diren arazoan aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

5. WEB ORRIAK ERAIKITZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Hipertestua markatzeko lengoaian (HTML) gehien erabiltzen diren sententziak idaztea. - Web orriak osatzen dituzten fitxategiak modu errazean sortzeko aukera ematen duten programa komertzialak erabiltzea. Erreferentzia moduan, WordPress erabili ahal izango da orri horiek, blogak eta abar egiteko. - Domeinu propioa edo doako ostatatzea duten web orrien helbidea erregistratzea. - Zeregin horretan espezializatutako programen bidez sortutako web

	<p>fitxategiak Internet zerbitzarira bidaltzea.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Testuak, irudiak eta soinua txertatzeko programa espezifikoak erabiltzea. - Merkataritza elektronikorako web eraginkor bat eraikitzea. - Eskaintakoan interesatutako eta orientatutako trafikoa sortzeko gai diren esteka interesgarriak sartzea webean.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Web orri baten egitura. - HTML lengoia. - Web editore ohikoenekin web orriak sortzea. - Web orriak ostatzeko zerbitzaria hautatzea. - Web orriak FTP bidez argitaratzea. - Bilatzaileetan alta egitea. - Diseinu grafikoko programak eta weberako beste zenbait utilitate. - <i>On line</i> katalogoa. - <i>On line</i> dendaren kutzako fluxuak eta finantzaketa. - Gune beroak eta erabiltzailearen guneak. - <i>On line</i> erosketa-orga.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea (zereginen banaketa komenigarriena). - Sortzen diren arazoen aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

6. MARKETIN DIGITALEKO PLANA DISEINATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Enpresaren merkataritza-helburuak lortzeko aukera emango duen marketin digitaleko plana prestatzea. - <i>On line</i> marketineko eta posizionamenduko prozesuak definitzea. - <i>On line</i> publizitatea eta sustapena egiteko bete behar diren jarraibideak ezartzea. - Bilatzaileen marketina konfiguratzeko duten elementuak identifikatzea. - Marketin elektronikoaren erronkak ebaluatzea: ordainbideekiko konfiantza, arazo logistikoak eta segurtasuna. - Sarearen bitartez bezeroak kudeatzeko eta haien leialtasuna lortzeko beharrezkoak diren zereginak egitea. - Marketin digitalean bezeroarekin komunikatzeko eta harremanetan jartzeko joera berriak identifikatzea. - Marketin-ekintzak egitea gailu mugikorren bitartez. - Marketin-plana aurkezpen-programa batekin aurkeztea eta komunikatzea. - Marketin-planari esleitutako helburuak kontrolatzeko egitura bat kalkulu-orrian egitea eta mantentzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Marketin digitaleko planaren garapena. - <i>On line</i> bezeroaren portaera. - Webaren <i>on line</i> eta <i>off line</i> sustapena. - Bilatzaileetako posizionamendu-tresnak: <i>e-mail marketing</i>, SEM, SEO eta antzeko orrietako kanpainak. - Erakartze-politikak: marka bat sortzeko prozesua. - Estatistiken analisisa eta emaitzen neurtzea.

	<ul style="list-style-type: none"> - Afiliazioko marketina. - Marketin erlazionala eta bezeroekiko harremanaren kudeaketa (CRM). - Marketin gurutzatua (<i>cross-marketing</i>). - Marketin birala. - Bana-banako marketina (<i>one-to-one marketing</i>). - Marketin mugikorraren (<i>mobile marketing</i>) aplikazioak eta LTD, besteak beste. - Kalkulu-orria eta aurkezpenak: erabiltzaile mailako utilitate nagusiak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea (zereginen banaketa komenigarriena). - Sortzen diren arazoan aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.

7. ENPRESA BATEN MERKATARITZA ELEKTRONIKOKO POLITIKA DEFINITZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - <i>On line</i> negozio bat sortzeko edo egokitzeko beharrezkoak diren parametroak ezartzea. - Merkataritza elektronikora zuzendutako erakartze-ekintzak definitzea. - Interneten dauden negozio-ereduak ezagutzea. - Denda birtual baten diseinua egitea. - Hartutako eskaeren kudeaketa eta prozesu logistiko osoa planifikatzea. - Merkataritza elektronikoa alderdi juridikoak eta datuen babesari dagozkionak identifikatzea. - Erabiliko diren ordainbideak ezartzea. - Eragiketen pribatutasuna eta erasoezintasuna bermatuko duten segurtasun-sistemak hautatzea. - Egun dauden mota guztietako negozio elektronikoak identifikatzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Denda birtual baten ideia eta diseinua. - Negozio digitaleko ereduak: atari horizontalak, B2B eta B2C, besteak beste. - Domeinua hautatzea eta erregistratzea. - Web erakusleihoa. Katalogo elektronikoa. - <i>On line</i> saldutako salgaien kontrol logistikoa. - Erreklamazioa bezeroaren leialtasuna lortzeko tresna gisa. - Erreklamazioaren finantza-garrantzia. - Ordainbide elektronikoak. - Gogoetaldiak eta ezeztatzeak. - Kriptografia: gako simetrikoa, gako asimetrikoa eta gako bakarreko zifratzea. - Sinadura. - Ziurtagiri digitalak. - Enkriptatzea. - Negozio elektronikoak: <i>e-shop</i>, <i>e-mail</i>, <i>e-procurement</i>, <i>e-marketplace</i> eta <i>e-auction</i>, besteak beste.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek

	<p>gainditzeko modua aurreikusita.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Talde-lanaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea (zereginen banaketa komenigarriena). - Sortzen diren arazoaren aurrean, eta talde-lana hobetzeko elementu gisa ere, konponbide teknikoak bilatzeko interesa izatea.
--	--

d) Orientabide metodologikoak

Modulu hau irakatsi eta ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziazioa

Kontuan izanik bai aztergai dugun zikloaren egungo banaketaren hainbat modulutan eta bai lan-esparruan helburu orokorreko informatika-aplikazioak behar izaten direla, edukien barruan sartzea eta gero irakastea iradokitzen da. Modulu honetan, zehazki, kalkulu-orriekin edo aurkezpen-programekin lan egitea azpimarratuko da, aplikazio horiek oso lagungarriak izango baitira multzoetako prozedurazko eduki asko lantzeko.

Eduki-multzoei ekin aurretik, adierazitako informatika-aplikazioen ikuspegi globala ematen hasiko ginateke. Aplikazio horiei buruzko jakintza-maila ebaluatzea proposatzen da, ikasleek modulu guztietan fidagarritasunez erabili ahal izateko beharrezkoa den ordutegi-multzoa zehazteko.

Modulu honen sekuentziazio espezifikoari Internet sarearen alderdi esanguratsuenak azaltzen eman dakiok hasiera, ikasleek sarean "nabigatzeko" aukera izan dezaten. Horretarako, **1. multzoko** edukiak kontuan hartuko dira, nabigatzaile eta bilatzaile espezializatuei dagokienez.

Ondoren, egokia izan daiteke **2. multzoko** edukiak garatzea, Interneteko zerbitzuen eta protokoloen kudeaketari buruzkoak, hain zuzen ere. Modulu honek prozedurazko balio handia duenez, posta elektronikoaren kudeaketa eta sare-protokoloak (FTP, fitxategiak P2P bidez partekatzea) bezalako alderdietan praktikak eta erakustaldiak garatzea gomendatzen da. Praktika horien barruan, halaber, ikasleak beren **web orri** bat sortzen has daitezke, **5. multzoko** kontzeptuzko planteamenduak oinarri hartuta.

Jarraian, **3. multzoan** deskribatutako fakturazio elektronikoari, administrazio-zeregin telematikoei, segurtasunari eta sinadura elektronikoa aitortuari buruzko alderdiak kontuan hartuko ditu sekuentziazioak. Modulu honek prozedurazko balio handia duenez, **on line denda** sortzeko lanekin has daiteke, azaldutako segurtasun-kontzeptuak aplikatuta.

Ondoren, praktiken garapenarekin jarraituz, sare profesional eta sozialetan hainbat **profil** sortzea proposatzen da, baita blog bat garatzea eta web orrietan zein profiletan sortutako foroen bitartez hedatzea ere. Horretarako, **4. multzoko** edukiak hartuko ditugu oinarri.

Aipatutako praktika guztiak finkatzeko, web orria behin betiko sortuko da, proiektu global baten barruan eta **5. multzoan** gomendatutako egiturari jarraituz, eginkizun horretan alderdi guztiak jorratuko dira-eta: edukien interakzioa, *on line* denda barnean hartzea eta hartarako sarbidea, baliabideen antolaera, katalogoa, ordaintzeko modua, erosketa-orga, eta abar.

Aurreko multzoetan ikasitako guztia lerrokatzeko, jarraibideak ezarriko dira ikasleek marketin digitaleko plan bat egiten eta garatzen jakin dezaten, betiere **6. multzoan** adierazitakoak kontuan hartuta. Ildo horretan, *on line* bezeroa aztertzea, SEO-SEM tresnak analizatzea, *on line* posizionamendua eta *on line* marketineko aplikazioak erabiltzea praktika gomendatuak dira.

Azkenik, komenigarria da ikasleek **7. multzoan** deskribatutako enpresa baten merkataritza elektronikoko politika garatzen jakitea. Definitutako kontzeptuak *on line* dendaren behin betiko bertsioan praktikoki aplikatzekoak izango dira.

2) Alderdi metodologikoak

Modulua emateaz arduratuko diren irakasleek ikasleen eta taldearen ikasteko prozesuaren jarraipen hurbilekoa eta bana-banakoa egin beharko dute. Horretarako, haiek erakusten dituzten aurrerapenak eta zailtasunak idatziz jaso beharko dituzte sistematikoki. Hala, behar diren zuzenketak egin ahal izango dituzte, eta irakatsitako edukiak ikasleek behar bezala asimilatu dituzten eta multzo bakoitzean islatutako jarrerazko edukiekin pareka daitezkeen jarrerak eta balioak zuzen inplementatu diren egiaztatu eta kontrolatu.

Web orri bat eta *on line* denda bat sortzeko aukera aipatzen da. Horrek beste modulu batzuekiko interakzioa edo elkarreragina eta elkarren osagarriak diren edukien garapena ahalbidetuko luke.

Ikasleek ulertu behar dute zein garrantzitsua den ezer egin baino lehen dena planifikatzea, marketin digitaleko plana lantzea, eta, gero, desbideratzerik gabe praktikan jartzen kontzentratzea. Plan hori **landu eta komunikatu** egin behar da, erabiltzaile-mailako helburu orokorreko aplikazioak eta Internet erabilita sustapen-kanal moduan.

Azpimarratzekoa da modulu hau zein garrantzitsua den eta zer-nolako aukerak eskaintzen dituen moduluen arteko interakzio edo elkarreraginerako, **sor litekeen web orriaren eta on line dendaren bitartez**, arestian aipatu den moduan. Era berean, titulua osatzen duten moduluetan erabiltzekoak izango diren **informatika-aplikazioen** inplementazioa gogoan izan behar da.

Azpimarratu beharra dago zein garrantzitsua den marketin digitaleko plana antolakundearen errealitatera egokitzea, eta argi utzi behar da haren plan estrategikoak bideratuko duela plangintza.

Komenigarritzat jotzen da, beti, lehenbizi multzoaren kontzeptuzko alderdiaren aurkezpena egitea. Multzoko kontzeptuak ikusi ondoren, komenigarria izan daiteke **kasu praktiko bat edo egoera jakin bat oinarri hartzea**, eta multzo bakoitzean dagozkion aplikazio espezifikoak sartzea. Kasu edo egoera horiek etengabe eta sekuentzialki garatuko dira kurtso osoan zehar. **Lan-taldeak sortzea** proposatzen da, **lehentasunez lan egiteko modu gisa**, edukien barruan aurkeztutako jarrerazko balio jakin batzuk susta daitezzen.

Ahal dela, inguruan aurki daitezkeen benetako hainbat adibide praktiko aurkeztuko dira. Irakasleen eskuetan dago, adierazitako ataletariko bakoitzean puntakoak edo berritzaileak diren enpresekiko harremanen bitartez, ikasleak adibide praktiko horien bidez puntako enpresen errealitatera hurbiltzeko aukera, jorratutako eremuetako adibide baliodunak dira-eta.

Ahal den heinean bederen, enpresa horietako langileak ikastetxera ekartzeko ahaleginak egingo dira. Helburua da ikasleak inguruan duten errealitatera hurbiltzea,

eta, modu horretan, irakatsitako edukien aplikagarritasuna ahalbidetzea eta ikasleen lanbide-proiektzioa hobetzea. Bisitaldi, erakusketa edo hitzaldi horiek, gainera, motibazio gehigarria ekar dezakete, iradokitzen diren edukien ikuspegi hurbilekoa eta errealia proiektatu eta globalizatzen baitute.

Era berean, tresna eta aplikazio teknologiko berrienak erabiltzen hastea proposatzen da: errealitate handitua, QR-bidi kodeak, telefono-aplikazioak, eta abar. Aplikazio horiek orokorrean erabiltzeak ikasleak motibatuko ditu, eta oso baliagarria izango da irakatsitako kontzeptuen adibideak jartzeko eta haiek indartzeko.

Web orriak, blogak eta abar sortzeko, WordPress edo antzekoak erabiltzea proposatzen da. Izan ere, doakoak izateaz eta erraz instalatzeaz gain, SEO-SEM teknikei buruzko posizionamenduaren kontzeptuak eta tresnak lantzeko aukera ematen dute.

Marketin digitaleko planaren barruan jasotako posizionamendu-lanerako (SEO-SEM) praktika hauek gomendatzen dira:

- SEO (Search Engine Optimization - bilaketa-tresnen optimizazioa).
- Blog bat garatzea (erreferentzia moduan WordPress edo antzekoa).
- Aldian behingo mantentze-lanak. Posizionatzeko teknika.
- Bihurketa-ratioak.
- Leialtasuna lortzea. *E-mail marketing* kanpainak. Salmenta-indarrak kudeatzea.
- SEM (Search Engine Marketing - bilaketa-tresnetako marketina).
- Adword kanpainak. Google Analytics.
- *Cross Marketing*, afiliazioko marketina, marketin erlazionala, marketin birala, bana-banako marketina (*one-to-one marketing*), marketin mugikorraren (*mobile marketing*) aplikazioak eta LTD.

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

Modulu honetan, ikaslea ingurunera eta teknikari gisa garatuko dituen lanbide-jardueretara egokitu beharraren ondorioz, esparru honetan izandako azken aurrerapen teknologikoen jakintza zabala izan beharko du amaieran.

Interneten moldatzen jakitea, informazio-iturri gisa erabiltzea, haren bilaketa-sistematika ezagutzea eta baliabide gisa erabiltzeko (proiektua) zer den baliagarria eta zer ez bereizteko gaitasun kritikoa izatea, horiexek izango dira ikasgelan sustatu beharko diren gaitasunak. Era berean, aurrerapen horiek ebaluazio-jardueren bidez neurtu beharko dira, baita talde-lanaren garapenarekin zehaztu ere.

- ✓ Helburu orokorreko informatika-aplikazioak erabiltzea:
 - Kalkulu-orria eta aurkezpenak erabiltzea.
 - Marketin digitaleko planaren aurkezpenean eta posizionamendu-kanpainen estatistikei buruzko kalkuluetan aplikatzea.
- ✓ Internet sarea konfiguratzea:
 - Egun dauden nabigatzaileak erabiltzea eta haien ezaugarri nagusiak eta gehitu beharreko plugin-ak deskribatzea.
- ✓ Internet protokoloak erabiltzea:
 - Posta elektronikoko programak, FTP zerbitzariak eta P2P sareak konfiguratzea.
 - Doako softwarea edo proba modukoa deskargatzeko plataformak ebaluatzea.
- ✓ Faktura elektronikoa egitea:
 - Merkataritza-harremanean edo erakunde publikoekiko harremanean sinadura elektronikoa praktikoki aplikatzea.

- Fakturazio elektronikoko programak inplementatzea (segurtasun-protokoloak aztertzea).
- ✓ Profilak sortzea eta Internet bidez hedatzea:
 - Sare sozialen erabilera bereganatzea; egingarritasuna; emango zaion erabileraren arabera profilak sortzea (profesionala, soziala).
 - Sare sozialetan erabiltzeko tresna espezifikoak erabiltzea (marketin birala, eta abar).
 - Erabilera berriko tresna teknologikoekin praktikak egitea: QR-bidi kodeak, errealitate handitua, eta abar.
- ✓ Marketin digitaleko plana egitea eta antolakunde baten merkataritza elektronikoko politikan islatzea:
 - Web orri bat sortzea eta kudeatzea: *on line* katalogoa, kutxako fluxuak eta negozioaren finantzaketa, logistika, segurtasuna eta bezeroaren jardueraren jarraipena egitea gure web orrian.
 - *On line* denda bat sortzea eta kudeatzea: gure web orriaren barruko elkarrekintza.
 - Marketin digitaleko plana lantzea eta bai web orriari eta bai *on line* dendari aplikatzea.
 - Posizionatzeko tresnak erabiltzea.
 - Gaitutako prozedura guztietan segurtasuna egiaztatzea: webgunean, *on line* dendan, marketineko tresnetan, eta abar.

4. lanbide-modulua

KOMUNIKAZIO MATERIALA DISEINATZEA ETA LANTZEA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Komunikazio-materiala diseinatzea eta lantzea
Kodea:	1007
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	140 ordu
Kurtsoa:	2.a
Kreditu kop.:	9
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-prozesuak (Lanbide Heziketako irakasle teknikoa)
Modulu mota:	Konpetentzia-atal hauei lotuta dago: UC2189_3: Publizitateko, sustapeneko eta informazioko hainbat euskarri eta material xume eta autoeditagarri lantzea eta haietan zabaltzea.
Helburu orokorrak:	14 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24 / 25

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

1. Komunikazioko eta publizitateko materialen edukia mota guztietako euskarrietan prestatzen du, eta, horretarako, erabilgarri dagoen informazioa erabiltzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- On line* eta *off line* informazio-iturriak identifikatu ditu, helburuen, edukien, euskarri motaren eta materialaren arabera.
- Informazioa, datuak eta irudiak lortu ditu, une oro Jabetza Intelektualaren Legea eta antolakundearen konfidentziasun-arauak errespetatuta.
- Enpresaren irudi korporatiboa erakustera zuzendutako komunikazio-materialak identifikatu ditu.
- Enpresaren jardueren eta produktuen publizitatea egiteko erabilitako komunikazio-materialak ebaluatu ditu.
- Aire zabalean erabilitako edukiei eta komunikazio-materialei buruzko informazioa bildu du.
- Masa-komunikabideetan (prentsa, aldizkariak, irratia eta telebista) egingo diren publizitate-ekintzak zerrendatu ditu.
- Publizitate-materialak hedatzeko multimedia-euskarriak, bideoa eta euskarri interaktiboak ebaluatu ditu.
- Interneten dauden publizitate-material nagusiak ezagutu ditu.

2. Publizitate- eta informazio-materialak prestatzen ditu, eta, horretarako, diseinu grafikoko, ikus-entzunezko diseinuko eta diseinu artistikoko teknikak erabiltzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Publizitate- eta sustapen-materialak testu-euskarri grafikoetan diseinatu ditu, informazioa transmititzeko helburuen, briefingaren eta jasotako adierazpenen arabera.
- 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-kontrastei buruzko diseinuko eta autoedizioko teknikak erabili ditu, besteak beste, estilo-eskuliburua eta nortasun korporatiboa errespetatuta.
- e) Publizitate- eta sustapen-material grafiko irudidunak diseinatu ditu, eta elementu guztien banaketa orekatua mantendu du.
- f) Adierazpen-teknikak eta -baliabideak erabili ditu ikusizko eta ikus-entzunezko edukiak dituzten materialak sortzeko.
- g) Interneten publizitate- eta sustapen-lanak egin ditu.

3. Komunikazio limurtzaileko teknikak aplikatzen ditu, eta enpresako merkataritza- eta informazio-komunikazioaren berezko estiloak identifikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Idatzizko zein ikus-entzunezko komunikazio limurtzailearen arauak aplikatu dizkie publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialei.
- b) Publizitate-sektorean erabili ohi diren estiloak eta generoak ezagutu ditu.
- c) Zuzeneko marketinaren, *on line* marketinaren eta marketin biralaren kontzeptuen eta beste zenbaiten berezko ezaugarriak definitu ditu.
- d) Publizitate- eta sustapen-liburuxka baten briefingean definitutako *target* edo helburuko publikoa identifikatu du.
- e) Publizitate-mezuak landu ditu, hainbat komunikazio-estilo erabilita.
- f) Albisteetan oinarritutako prentsa-komunikatuak landu ditu, lexikoki eta ortografikoki zuzenak eta kazetaritza-estilodunak.

4. Publizitate- eta informazio-materialak lantzen ditu, euskarri bakoitzerako software espezifikoa erabilita.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Aurkezpenak eta publizitate-materiala sortzera zuzendutako helburu orokorreko informatika-aplikazioak erabili ditu.
- b) Komunikazio-materialak prestatu ditu diseinu grafikoko informatika-aplikazioak erabilita.
- c) Sustapen- eta publizitate-materialak lortu ditu, testuak eta grafikoak maketatzeko informatika-aplikazioak erabilita.
- d) Objektu grafikoaren gaineko manipulazioak egin ditu, argazki-ukituko informatika-aplikazioak erabilita.
- e) Interneten publizitate- eta sustapen-lanak egin ditu, web diseinuko informatika-aplikazioak erabilita.

5. Publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak zabaltzeko plana antolatzen du, nortasun korporatiboa errespetatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- Publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak zabaltzeko ekintzak egin ditu, enpresaren briefingean ezarritako kopurua, kalitatea eta xedea kontuan hartuta.
- Komunikazio-sistema bakoitzaren ekonomia eta eraginkortasuna baloratuko dituen azterketa bat egin du.
- Publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak zabaltzeko egutegi bat landu du.
- Beste profesional batzuek landutako materialen zabalkundearen jarraipena egin du, briefingean eta hitzartutako kontratuetan aurreikusitakoaren arabera.
- Publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialen babeskopiak euskarri fisikoan eta informatikoan gorde ditu.

c) Oinarrizko edukiak

1. KOMUNIKAZIO MATERIALAK PRESTATZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - <i>On line</i> eta <i>off line</i> informazio-iturriak identifikatzea, helburuen, edukien, euskarri motaren eta materialaren arabera. - Informazioa, datuak eta irudiak lortzea, une oro Jabetza Intelektualaren Legea eta antolakundearen konfidentzialtasun-arauak errespetatuta. - Enpresaren irudi korporatiboa erakustera zuzendutako komunikazio-materialak identifikatzea. - Enpresaren jardueren eta produktuen publizitatea egiteko erabilitako komunikazio-materialak ebaluatzea. - Aire zabalean erabilitako edukiei eta komunikazio-materialei buruzko informazioa biltzea. - Masa-komunikabideetan (prentsa, aldizkariak, irratia eta telebista) egingo diren publizitate-ekintzak baloratzea eta aztertzea. - Publizitate-materialak hedatzeko multimedia-euskarriak, bideoa eta euskarri interaktiboak ebaluatzea. - Interneten dauden publizitate-material nagusiak aztertzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitate-kontratuak. - Publizitatea: legez kontrakoa, engainagarria, desleiala, subliminala, konparatiboa. - Fidagarritasunagatik eta kostuagatik publizitatearen eta diseinu grafikoaren sektorean erabili ohi diren <i>off line</i> eta <i>on line</i> informazio-iturriak. - Irudi-bankuen <i>on line</i> bilaketa-tresnak. - Titulartasun publikoko eta pribatuko datu-fitxategiak. Datu-baseen diseinua eta tratamendua. - <i>On line</i> zein <i>off line</i> datu- eta irudi-bankuen erabilera-arauak eta <i>copyright</i>. - Egile-eskubideak. - Papertegi korporatiboaren ezaugarriak eta funtzioak. - Garatutako ekitaldi, produktu eta zerbitzuen informazio-euskarriak. - Produktuaren, ontziaren eta bigarren eta hirugarren mailako enbalajearen etiketatuaren diseinuaren garrantzia. - Kanpoaldean erabilitako publizitate-euskarrien ezaugarriak eta funtzioak. - Publizitate-komunikazioko beste material batzuk. - Masa-komunikabide tradizionalak. - Multimedia-komunikabideak. - Interneten dauden diseinuak.

jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Bakarkako edo taldeko jarduerak egiteko ezarritako epeekiko konpromisoa izatea. - Taldeko eta bakarkako zereginak eta jarduerak egiterakoan antolatzeke, kudeatzeko eta garatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea.
--------------	---

2. PUBLIZITATE MATERIALAK HAINBAT EUSKARRITAN PRESTATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitate- eta sustapen-materialak testu-euskarri grafikoetan diseinatzeko teknikak aplikatzea, informazioa transmititzeko helburuen, briefingaren eta jasotako adierazpenen arabera. - 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 aplikatzea, besteak beste, estilo-eskuliburua eta nortasun korporatiboa errespetatuta. - Publizitate- eta sustapen-material grafiko irudidunak sortzea, eta elementu guztien banaketa orekatua mantentzea. - Adierazpen-teknikak eta -baliabideak aplikatzea ikusizko eta ikus-entzunezko edukiak dituzten materialak sortzeko. - Interneten publizitate- eta sustapen-lanak egitea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Liburuxka, triptiko eta kartelen konposizioa, kolorea eta tipografia. - Prentsan iragarkiak idazteko eta maketatzeko teknika. - Elementuen konposizioa: eskala, proportzioa, konposizioko oreka eta tonu- eta eskala-kontrastea. - Ikus-pertzepzioa. - Oreka, tentsioa eta nibelazioa. - Irakurketaren noranzkoa. - Ikus-komunikazioko teknikak. - Ikus-entzunezko materiala lantzeko faseak. - Produktuaren saiakuntza eta berrikuspena. - Iragarki-bandak (<i>banner</i>). - Laster-leihoak edo <i>pop-up</i> eta <i>pop-under</i>. - Zuzeneko marketina. <i>Mailing</i> pertsonalizatua. - Doako publizitatea bilatzaileetan eta sare sozialetan.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Norberaren zereginak planifikatzeko eta lortutakoaren autoebaluazioa egiteko prestasuna izatea. - Negoziazio- eta kudeaketa-teknikak ezagutzea eta baloratzea; bidezkoa bada, zati bateko espezializazioa bere gain hartzea, gainerakoarekiko lotura galdu gabe. - Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzeko.

3. KOMUNIKAZIO TEKNIKA LIMURTZAILEAK APLIKATZEA

prozedurazkoak	- Idatzizko zein ikus-entzunezko komunikazio limurtzailearen arauak
----------------	---

	<p>aplikatzea publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialei.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Publizitate-sektorean erabili ohi diren estiloak eta generoak identifikatzea. - Zuzeneko marketinaren, <i>on line</i> marketinaren eta marketin biralaren kontzeptuen eta beste zenbaiten berezko ezaugarriak definitzea. - Publizitate- eta sustapen-liburuxka baten briefingean definitutako <i>target</i> edo helburuko publikoa identifikatzea. - Publizitate-mezuak hainbat komunikazio-estilo erabilita lantzea. - Albisteetan oinarritutako prentsa-komunikatuak lantzea, lexikoki eta ortografikoki zuzenak eta kazetaritza-estilodunak.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitate motak. - Publizitateari buruzko araudia. - Merkatuko publizitate-agentziak eta komunikabide-agentziak. - "Sormenaren" kontzepturako sarrera. - Publizitate-estilo sortaileak. - Publizitate-sormena bitarteko eta euskarri inprimatuetan eta ikus-entzunezkoetan. - Publizitate-sormeneko teknikak. - Sormena publizitate-komunikazioan. - Argibide sortaileen modalitateak. - Subjektu sortailea eta produktu sortailea. - Publizitate-komunikazioaren dimentsio limurtzailea. - Publizitate-estrategiaren ezarpena. - Briefinga. - Publizitate-helburuak: helburuko publikoaren definizioa, produktuaren ezaugarriak eta aurrekontua. - Publizitate-egutegia finkatzea. - Posizionamenduaren garrantzia.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea. - Taldeko eta bakarkako zereginak eta jarduerak egiterakoan antolatzeke, kudeatzeko eta garatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea.

4. PUBLIZITATE ETA INFORMAZIO MATERIALAK LANTZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Aurkezpenak eta publizitate-materiala sortzera zuzendutako helburu orokorreko informatika-aplikazioak erabiltzea. - Komunikazio-materialak prestatzea testu-tratamenduko eta diseinu grafikoko informatika-aplikazioak erabilita. - Sustapen- eta publizitate-materialak lortzea, testuak eta grafikoak maketatzeke informatika-aplikazioak erabilita. - Objektu grafikoen gaineko manipulazioak egitea, argazki-ukituko informatika-aplikazioak erabilita. - Interneten publizitate- eta sustapen-lanak egitea, web diseinuko informatika-aplikazioak erabilita.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Txantiloak diseinatzea multimedia aurkezpenetarako, e-postarako eta prentsa-oharretarako, besteak beste. - Aurkezpen grafikoen tresnak. - Publizitate-materiala lantzera zuzendutako orotariko programak eta

	<ul style="list-style-type: none"> - testu-tratamenduko eta diseinu grafikoko informatika-aplikazioak. - Diseinu grafikoko programa espezifikoak. - Testu-diseinuak maketatzeko eta konposatzeko programak. - Irudiak manipulatzeko programa espezifikoak. - Web diseinuko aplikazio espezifikoak. - Produktibitatea areagotzeko <i>on line</i> aplikazioak. Google ingurunea: <i>gmail, docs, calendar, alerts...</i>
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea. - Bakarkako edo taldeko jarduerak egiteko ezarritako epeko konpromisoa izatea.

5. PUBLIZITATEKO, SUSTAPENEN ETA INFORMAZIOKO MATERIALAK ZABALTZEKO PLANA ANTOLATZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak zabaltzeko ekintzak lantzea, enpresaren briefingean ezarritako kopurua, kalitatea eta xedea kontuan hartuta. - Komunikazio-sistema bakoitzaren ekonomia eta eraginkortasuna baloratuko dituen azterketa bat egitea. - Publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak zabaltzeko egutegi bat egitea. - Beste profesional batzuek landutako materialen zabalkundearen jarraipena egiteko teknikak aplikatzea, briefingean eta hitzartutako kontratuetan aurreikusitakoaren arabera. - Publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialen babeskopiak euskarri fisikoan eta informatikoan grabatzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitate-helburuak. - Publizitate-aurrekontua. - Publizitate-denbora eta publizitate-iragarkien egutegiak. - Iragarkien egutegi motak. - Boladak eta presio-metodoak. - Kanpainaren publizitate-helburuak. - Merkatuaren bilakaera. - Denbora-plangintzaren faktore erabakigarriak. - Helburuko publikoa eta entzuleriaren profila. - Publizitate-bidea produktura edo zerbitzura egokitzea. - Publizitate-bide bakoitzaren irispidea. - Entzule kopuruak neurtzeko sistemak. - Euskarri-kostua, kontaktuko kostua eta kostu erabilgarria. - Euskarri-konbinazioen estaldura eta banaketa eta haien ondoriozko adierazleak. - Errentagarritasun-adierazleak. - Publizitate-eraginkortasuna ebaluatzeko irizpideak. - Zuzeneko marketineko hornitzaileak. Kontratazioa eta kanpora ateratzea (<i>outsourcing</i>). - Babeskopiak: metodo fisikoak eta informatika-programak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Prozesuaren faseetan zein produktuaren aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea. - Bakarkako edo taldeko jarduerak egiteko ezarritako epeko konpromisoa izatea.

d) Orientabide metodologikoak

Lanbide-modulu honek publizitate- eta informazio-materialak lantzeko eta enpresaren edo markaren komunikazio-politikaren arabera eta komunikazioko diseinu-teknika egokienak aplikatuta komunikatzeko eta zabaltzeko beharrezkoa den prestakuntza biltzen du.

Modulu hau ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziazioa

Ikasketa-maila honetara iristen diren ikasleentzat eskuragarri bihurtzen duen ikusmolde teorikoa eta praktikoa konbinatzen du modulu honek. Ikusmolde horri esker, gainera, publizitatearen eta komunikazioaren mundua osatuko duten profesionalak izateko jakintzak eskuratuko dituzte.

Modulu hau ikastean, publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak landu nahi ditugu, publizitatearen alorrean indarrean dagoen araudia errespetatuta, eta edizioko eta diseinuko teknikak eta informatika-aplikazioak hainbat euskarritan erabilia, programatutako planen arabera zabaltzeko. Horretarako, ikasi beharreko gaia 5 multzotan zatitu da. Multzo horiek arestian aztertu eta prozedurazko, kontzeptuzko eta jarrerazko ataletan garatu direnak dira:

1. **multzoa:** *Komunikazio-materialak prestatzea.*
2. **multzoa:** *Publizitate-materialak hainbat euskarritan prestatzea.*
3. **multzoa:** *Komunikazio-teknika limurtzaileak aplikatzea.*
4. **multzoa:** *Publizitate- eta informazio-materialak lantzea.*
5. **multzoa:** *Publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak zabaltzeko plana antolatzea.*

Modulu honetan argi eta garbi bereiz daitezke kontzeptuzko bi atal handi: komunikazioa eta publizitatea.

Hori dela-eta, egokitzen da modulua ondoren azaltzen den moduan irakastea:

1. sekuentziazioa: komunikazioaren eta haren tekniken atala aztertzea eta, ondoren, komunikazio horren euskarri diren publizitate-materialak lantzea, publizitate-euskarri bakoitzerako teknikak eta softwarea erabilia. Hori kontuan izanik, multzoak irakasteko ordena egokiena ondoren azaldutakoa da:

1. **multzoa:** *Komunikazio-materialak prestatzea.*
3. **multzoa:** *Komunikazio-teknika limurtzaileak aplikatzea.*
4. **multzoa:** *Publizitate- eta informazio-materialak lantzea.*

Kontzeptuzko atalak:

- ✓ Publizitate-materiala lantzerantz zuzendutako orotariko programak eta testu-tratamenduko eta diseinu grafikoko informatika-aplikazioak.
- ✓ Diseinu grafikoko programa espezifikoak.
- ✓ Irudiak manipulatzeko programa espezifikoak.

2. **multzoa:** *Publizitate-materialak hainbat euskarritan prestatzea.*

4. **multzoa:** *Publizitate- eta informazio-materialak lantzea.*

Kontzeptuzko atalak:

- ✓ Txantiloak diseinatzea multimedia aurkezpenetarako, e-postarako eta prentsa-oharretarako, besteak beste.
- ✓ Aurkezpen grafikoen tresnak.
- ✓ Testu-diseinuak maketatzeko eta konposatzeko programak.
- ✓ Web diseinuko aplikazio espezifikoak.
- ✓ Produktibitatea areagotzeko *on line* aplikazioak. Google ingurunea: *gmail, docs, calendar, alerts...*

5. multzoa: *Publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak zabaltzeko plana antolatzea.*

Sekuentziazio horrekin, lehen zati batean, **1. eta 3. multzoen** bitartez, honako hauek aztertuko ditugu: komunikazioa, haren araudia, iturriak, materialak, komunikazioa eta komunikabide bakoitzean komunikatzeko modua, Interneteko materialak eta multimedia-euskarriak ebaluatuta, komunikazioaren teknikak eta arauak, sormen-teknikak, publizitatean erabiltzen diren estiloak eta generoak, publizitate-egutegia lantzea, eta komunikazioaren eta haren hartzailearen azterketak dakarren guztia.

Ondoren, **4. multzoaren** kontzeptuzko atalekin jarraitzea komeni da:

- ✓ Publizitate-materiala lantzerantz zuzendutako orotariko programak eta testu-tratamenduko eta diseinu grafikoko informatika-aplikazioak.
- ✓ Diseinu grafikoko programa espezifikoak.
- ✓ Irudiak manipulatzeko programa espezifikoak.

Gero **2. multzoa** jorratuko dugu, eta ondoren **4. multzoa** (kontzeptuzko atalak osatuz), publizitate-materialak diseinatzeke eta prestatzeko, diseinuaren eta ikus-pertzepzioaren arauak, kolorea eta estiloak kontuan hartuta, enpresaren nortasun korporatiboaren eta markaren arabera, eta publizitate-euskarri bakoitzerako software espezifikoak eta tresnak baliatuta haien gozotiko zabalkunderako.

Azkenik, publizitate-materiala komunikazioaren teknikekin diseinatu ondoren, **5. multzoa** aztertzeari ekingo genioke, publizitateko, sustapeneko eta informazioko kanpaina zabaltzeko plana antolatzeke, komunikazio-sistema bakoitzaren kostuak eta eraginkortasuna zabalkunderako kontratuetan ezarritako egutegiaren eta briefingaren jarraipenarekin baloratuta eta aztertuta, eta garatutako materialen eraginkortasuna eta errentagarritasuna aztertuta.

Sekuentziazio hori publizitate-materiala lantzeko prozesuan egokiena eta logikoa dela dirudi, baina zuzena da, halaber, multzoen garapenean aurkeztutako ordenan sekuentziazioa irakastea modulua. Hau da, lehenik **1., 2. eta 3. multzoak**, komunikazioa eta informazioa zein publizitate-materialak eta horien diseinua bereiz eta ordena desberdinean aztertzen ditugu-eta. Ondoren **4. multzoa**, publizitate- eta informazio-materiala informatika-tresnen bidez diseinatzeke eta lantzeke buruzkoa. Eta, amaitzeko, **5. multzoa**, publizitate-kanpaina, haren zabalkundera, jarraipena eta eraginkortasuna antolatzen duena, Internet sostengu harturik publizitate-bide gisa.

2) Alderdi metodologikoak

Lehenik, azpimarratu beharra dago modulu honek, **4. multzoan** ("*Publizitate- eta informazio-materialak lantzea*"), informatika-tresnei buruzko edukiak dituela, ikaslea informatika-paketeak eta helburu orokorreko aplikazioak eta aplikazio espezifikoak erabiltzeko trebatu behar dutenak, modulu honetan eta ziklo hau osatzen duten beste batzuetan prozedurazko ataletan erabiltzeko garatu ahal izateko behar adinakoak.

Ikaslearen bakarkako konpetentzien ikaskuntza indartzeko, sektoreko profesionalen txostenak antola daitezke, ikasleei beren jakinduria eta egunez eguneko esperientzia

helaraz diezaieten, eta enpresetara bisitaldiak egin, ikasleek publizitate-kanpaina baten *making off*-a ikusteko aukera izan dezaten. Moduluan ikasi beharreko tresnak aztertzeke laguntza moduan erabil daitezke, halaber, Interneten jarritako materiala, erakustaldi moduko bideoak, aurkezpenak, zabalkundeko kanpainak...

Aholkatzen da, multzo bakoitza aztertzen den aldi berean, ikasleek, taldeka, kontzeptuzko atalean ikusitakoa prozedurazko moduan garatuko duen kasu praktikoa bat lantzea: zuzeneko mailinga, iragarki-bandak (*banner*), sustapen-egutegia, briefingak, webak, eta abar. Irakasleak ikasleen ikasteko prozesuaren jarraipen hurbilekoa eta bana-banakoa egingo du. Horretarako, kontrol-zerrenda batean, aurrerapenak eta zailtasunak idatziz jasoko ditu sistematikoki.

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

- ✓ Publizitateari, kontsumitzaileen defentsari, datu pertsonalen babesari eta jabetza intelektualari buruzko legetan adierazitako arauak aztertzea.
- ✓ Produktu baten ezaugarriak eta abantailak deskribatzea.
- ✓ Publizitate-kanpaina zuzentzen zaion publikoaren ezaugarriak identifikatzea.
- ✓ Komunikazio limurtzailearen hainbat estilo erabilita lantzea mezuak.
- ✓ Marketineko eta komunikazioko *on line* zein *off line* ekintzetan erabiltzen diren euskarrien eratze-ezaugarriak aztertzea.
- ✓ Publizitateko, sustapeneko eta informazioko ekintzen edukia diseinatzea.
- ✓ Publizitate-materialak sortzera zuzendutako helburu orokorreko eta espezifiko informatika-aplikazioak erabiltzea.
- ✓ Diseinu grafikoko, argazki-ukituko eta maketazioko informatika-aplikazioak erabiltzea.
- ✓ Komunikazio-materiala produktuaren briefingean aurreikusitakoaren arabera zabaltzea.
- ✓ Enpresaren web orriaren edukia aldi behin eguneratzea.
- ✓ Webean testuak eta multimedia-elementuak txertatzea.
- ✓ Orri bereko beste sekzio baterako, gure webguneko beste orri baten barruko leku jakin baterako edo kanpoko orri baterako estekak txertatzea.

5. lanbide-modulua

KOMUNIKABIDEAK ETA KOMUNIKAZIO EUSKARRIAK

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Komunikabideak eta komunikazio-euskarriak
Kodea:	1008
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	80 ordu
Kurtsoa:	2.a
Kreditu kop.:	6
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa (Bigarren Irakaskuntzako irakaslea)
Modulu mota:	Konpetentzia-atal honi lotuta dago: UC2188_3: Ezarritako komunikabideen eta komunikazio-euskarrien plana antolatzen eta haren jarraipena egiten laguntzea.
Helburu orokorrak:	12 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24 / 25

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

1. Hainbat informazio-iturritako erreferentziak eta garrantziko datuak biltzen ditu, eta publizitate-bideen plana antolatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- Komunikabide fidagarri eta/edo ofizialetako informazio-iturriak identifikatu ditu, *on line* eta *off line* bilaketa-teknikak erabilia.
- Hedabideetako komunikazio-kanpainaren aldagaiak eta datuak ezagutu ditu, bezeroaren/iragarlearen azterketa estrategikoa (*briefing*) abiapuntu hartuta.
- Erabilgarri dauden publizitate-bide guztiak aintzat hartu ditu, kanpainaren izaeraren arabera, eta haien *on line* eta *off line* zabalkundea baloratu du.
- Hedabide eta euskarri garrantzitsu eta fidagarrietako datuak lortu ditu: EGM (Hedabideen Azterketa Orokorra) eta ZNB (Zabalkundea Neurtzeko Bulegoa, idatzizko prentsarako), besteak beste.
- Publizitate-espazioen eskaintza onenak eta hedabideetako erosketa-agentziek eskaintako agerpen-baldintzak konparatu ditu.
- Publizitate-bide bakoitzari buruz lortutako datuak modu egituratuan aurkeztu ditu, kalkulu-orriak edo datu-baseen taulak erabilia.

2. *On line* / *off line* komunikazio-euskarriak deskribatzen ditu, eta haien tipologiak eta ezaugarriak bereizten ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Publizitate-bide bakoitzaren berezko ezaugarriak identifikatu ditu, eta abantailak eta eragozpenak baloratu ditu.
- b) Hedabide grafikoan ezaugarri espezifikoak aztertu ditu: eguneroko prentsa, doakoa, aldizkariak eta igandekariak.
- c) Entzunezko publizitate-bideen berezko ezaugarriak ezagutu ditu: irratia.
- d) Ikus-entzunezko baliabideen berezko ezaugarriak ebaluatu ditu: telebista eta zinema.
- e) Kanpoko publizitate-bideen berezko ezaugarriak egiaztatu ditu.
- f) Zuzeneko marketinaren berezko ezaugarriak egiaztatu ditu: postontzietako banaketa eta mailinga.
- g) *On line* hedabideen publizitate-propietateak ezagutu ditu: Internet.
- h) Enpresak zabalduetako informazioa ebaluatu du, enpresaren aldeko giroa sortzeko asmoz (*publicity*), publizitateari buruzko legeari edo araudiari lotu gabeko zabalkunde-bide gisa.

3. Publizitate-bideen plana lantzen laguntzen du, eta, horretarako, ezarritako helburuetarako komunikazio-euskarri egokiak hautatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Publizitatearen Lege Orokorren funtsezko arauak eta publizitate-kontratu motak interpretatu ditu.
- b) Publizitate-kontratazioan iragarlearen eta agentziaren betebeharrak eta erantzukizunak definitu ditu.
- c) Hedabideen ikerketan lortutako informazioa aginte-koadro eta/edo kudeaketa-koadro batean antolatu du.
- d) Publizitate-bideen plana landu du, hedabide eta euskarrien hautapen optimoan oinarritutako publizitate-inbertsioko plan gisa.
- e) Hedabideen tarifa eta baldintzen azterketa eguneratua abiapuntu hartuta, aukeren kostua kalkulatu du, eta haietan aldakuntzarik izanez gero eguneratzea baloratu du.
- f) Dauden konbinazioen inpaktua kontuan hartu du, GRP (*Gross Rating Point*), EK (erregistroko kostua) eta MK (milako kostua) bezalako inpaktu-ratioak, inpaktu erabilgarria eta beste zenbait datu-indize objektibo erabilia.
- g) Kanpainaren aginte-koadroaren / kudeaketa-koadroaren emaitzazkoak diren publizitate-bideen plana optimoki konbinatzeko aukerak kanpainaren arduradunari helarazi dizkio.

4. Publizitate-bideen plana gauzatzeko lanen jarraipena egiten du, eta plana betetzen dela kontrolatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Publizitate-bideen planeko emanaldiari buruzko aginduak euskarri eta hedabide bakoitzera bideratu ditu, ezarritako denborari eta formari buruzko aurreikuspenen arabera.
- b) Publizitate-bideen planaren jarraipena mota guztietako tresnekin monitorizatu du: irakurtzea, entzutea eta bistaratzea, besteak beste.
- c) Publizitate-elementuak eta -moduak aurreikusitako hedabide eta euskarrietan behar bezala agertu direla egiaztatu du, kontratatutako maiztasunaren, denboraren eta baldintzen arabera.

- d) Publizitate-bideen planari buruzko akatsak, desbideratzeak edo omisioak laster helarazi dizkie arduradunei, haiei konponbidea aurkitzeko ezarritako protokoloaren arabera.
- e) Publizitate-bideen planaren jarraipeneko eta kontroleko datuak gauzaturako planaren eraginkortasuna, errentagarritasuna eta hobetzeko aukerak neurtzeko gauza den txosten batean erregistratu ditu.
- f) Emanaldia kontrolatzeko txosten bat jasotako zehaztapenen arabera landu du, goragokoei helarazteko.

5. Hainbat hedabidetako informazio-estalduraren txostenak lantzen laguntzen du, eta, horretarako, eskuratutako datuak informatika-tresna egokiekin prozesatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Datu-base bat prestatu du gure enpresarekin edo sektorearekin zerikusia duten albisteak ager daitezkeen komunikabideekin eta komunikazio-euskarriekin.
- b) Komunikabideak eta komunikazio-euskarriak arakatu ditu, gure jarduerarekin zerikusia duten edukien bila.
- c) Aurkitutako edukien digitalizazioa egin du, ezarritako irizpideen arabera eta informatika-aplikazio egokiak erabilia.
- d) Prentsa-ebakinen bildumak (*press-clipping*) egiten dituzten enpresek eskaintzen dituzten zerbitzuak identifikatu ditu: besteak beste, gure enpresari buruz, lehiakideei buruz edo gure sektoreko puntako enpresei buruz hedabideetan dagoen informazioa.
- e) Idatzizkoen bestelako hedabideen kasuan, edukiak eta egindako informazio-estaldura aurkitu ditu, irudiak ikusi eta denboraren datuak hartu ditu.
- f) Informazio-estalduraren, estaldura mediatikoaren eta prentsa-ebakinen bilketaren (*press-clipping*) txostena egin du, ezarritako estiloaren, edizioaren eta maketazio-irizpideen arabera.
- g) Txostena edo prentsa-ebakinen bilduma (*press-clipping*) goragokoei eta antolakundeak izendatutako pertsoneri helarazi die.

c) Oinarrizko edukiak

1. PUBLIZITATE BIDEEN PLAN BAT DISEINATZEKO DATUAK BILTzea	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Komunikabide fidagarri eta/edo ofizialetako informazio-iturriak identifikatzea, <i>on line</i> eta <i>off line</i> bilaketa-teknikak erabilia. - Hedabideetako komunikazio-kanpainaren aldagaiak eta datuak ezagutzea, bezeroaren/iragarlearen azterketa estrategikoa (<i>briefing</i>) abiapuntu hartuta. - Erabilgarri dauden publizitate-bide guztiak aintzat hartzea, kanpainaren izaeraren arabera, eta haien <i>on line</i> eta <i>off line</i> zabalkundea baloratzea. - Hedabide eta euskarri garrantzitsu eta fidagarrietako datuak lortzea: EGM (Hedabideen Azterketa Orokorra) eta ZNB (Zabalkundea Neurtzeko Bulegoa, idatzizko prentsarako), besteak beste. - Publizitate-espazioen eskaintza onenak eta hedabideetako erosketa-agentziek eskaintako agerpen-baldintzak konparatzea. - Publizitate-bide bakoitzari buruz lortutako datuak modu egituratuan aurkeztea, kalkulu-orriak edo datu-baseen taulak erabilia. - Komunikabide-elkarteez egindako entzule kopuruen azterketak. - Briefinga aztertzeke aurrekariak aztertzea. - Lehiakideen publizitate-jarduera aztertzea.

kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitate-bideen zundaketak eta azterketak egiten espezializatutako enpresak. - Kontsumitzaileen eta xehekarien panelak. - Publizitate-euskarri bakoitzaren profilak, entzuleria eta estaldurak aztertzea. - Publizitate-bide bakoitzerako helburuko publikoa hautatzea (<i>target audience</i>). - Hedabideetako erosketa-zentralak: kontzeptua eta helburuak. - Publizitate-agentziak: kontzeptua eta motak. - Datuak eta emaitzak informatika-euskarrietan aurkeztea. - Bezeroentzako fakturak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanak egiteko ezarritako epeakiko konpromisoa azaltzea. - Bitarteko materialetan eta prozesuen antolamenduan berritzeko prestasun eta ekimen pertsonala izatea. - Talde-lanetan parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

2. PUBLIZITATE BIDEAK ETA EUSKARRIAK DESKRIBATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitate-bide bakoitzaren berezko ezaugarriak identifikatzea, eta abantailak eta eragozpenak baloratzea. - Hedabide grafikoen ezaugarri espezifikoak aztertzea: eguneroko prentsa, doakoa, aldizkariak eta igandekariak. - Entzunezko publizitate-bideen berezko ezaugarriak identifikatzea: irratia. - Ikus-entzunezko baliabideen berezko ezaugarriak ebaluatzea: telebista eta zinema. - Prentsari buruzko alderdiak aztertzea. - Kanpoko publizitate-bideen berezko ezaugarriak egiaztatzea. - Zuzeneko marketinaren berezko ezaugarriak egiaztatzea: postontzietako banaketa eta mailinga. - <i>On line</i> hedabideen publizitate-propietateak identifikatzea: Internet. - Enpresak zabalduetako informazioa ebaluatzea, enpresaren aldeko giroa sortzeko asmoz (<i>publicity</i>), publizitateari buruzko legeari edo araudiari lotu gabeko zabalkunde-bide gisa.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitate-bideen kontzeptua eta sailkapena. - Publizitate-bide bakoitzaren abantailak eta eragozpenak. - Hedabide horren abantailak eta eragozpenak. - Oinarrizko modu eta elementuak: moduluak eta orri-lapurak, besteak beste. Elementu espezifikoak. - Telebistaren publizitate-modu espezifikoak: <ul style="list-style-type: none"> • Hedabide horren abantailak eta eragozpenak. • Oinarrizko modu eta elementuak: iragarkia (<i>spot</i>), publlirreportajea eta babesak, besteak beste. Elementu espezifikoak. - Irratiaren publizitate-modu espezifikoak: <ul style="list-style-type: none"> • Hedabide horren abantailak eta eragozpenak. • Oinarrizko modu eta elementuak: iragarki laburrak, programak eta babesak, besteak beste. Elementu espezifikoak. - Zinemaren publizitate-modu espezifikoak: <ul style="list-style-type: none"> • Hedabide horren abantailak eta eragozpenak. • Oinarrizko modu eta elementuak: <i>filmmet-a</i> eta

	<p>publirreportajea, besteak beste. Elementu espezifikokoak.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kanpoko publizitatearen publizitate-modu espezifikokoak: <ul style="list-style-type: none"> • Hedabide horren abantailak eta eragozpenak. • Oinarrizko modu eta elementuak: hesiak eta markesinak, besteak beste. Elementu espezifikokoak. - Saltokiko publizitatearen (SP) publizitate-modu espezifikokoak: <ul style="list-style-type: none"> • Hedabide horren abantailak eta eragozpenak. • Oinarrizko modu eta elementuak: kartelak eta argi-iragarkiak, besteak beste. Elementu espezifikokoak. - Zuzeneko publizitatearen (mailingak eta postontzietako banaketa) publizitate-modu espezifikokoak eta bereziak: <ul style="list-style-type: none"> • Hedabide horren abantailak eta eragozpenak. • Oinarrizko modu eta elementuak: gutun-azalak, gutuna, liburuxka eta eskaera, besteak beste. Elementu espezifikokoak. - "Publicity" kontzeptua eta erabilitako tresnak. <i>Publicity</i> mota erabilienak. - <i>On line</i> ingurunean hedabideen plangintza: Interneteko publizitate-formatu motak eta <i>on line</i> hedabideen erosketak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanak egiteko ezarritako epeetako konpromisoa azaltzea. - Bitarteko materialetan eta prozesuen antolamenduan berritzeko prestasun eta ekimen pertsonala izatea. - Talde-lanetan parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

3. PUBLIZITATE BIDEEN PLANA EGITEN LAGUNTZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitatearen Lege Orokorraren funtsezko arauak eta publizitate-kontratu motak interpretatzea. - Publizitate-kontratazioan iragarlearen eta agentziaren betebeharrak eta erantzukizunak definitzea. - Hedabideen ikerketan lortutako informazioa aginte-koadro eta/edo kudeaketa-koadro batean antolatzea. - Publizitate-bideen plana lantzea, hedabide eta euskarrien hautapen optimoan oinarritutako publizitate-inbertsioko plan gisa. - Publizitate-agentziek eskainitako aurrekontuak hautatzea. - Hedabideen tarifa eta baldintzen azterketa eguneratua abiapuntu hartuta, aukeren kostua kalkulatzeko, eta haietan aldakuntzarik izanez gero eguneratzeko aukera baloratzea. - Dauden konbinazioen inpaktua kontuan hartzea, GRP (<i>Gross Rating Point</i>), EK (erregistroko kostua) eta MK (milako kostua) bezalako inpaktu-ratioak, inpaktu erabilgarria eta beste zenbait datu-indize objektibo erabilia. - Kanpainaren aginte-koadroaren / kudeaketa-koadroaren emaitzazkoak diren publizitate-bideen plana optimoki konbinatzeko aukerak kanpainaren arduradunari helaraztea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitate-kontratuei aplikatzekoak diren Publizitatearen Lege Orokorraren arau orokorrak. - Publizitatearen mugak. - Publizitatearen erabilera txarrak. - Publizitate-kontratua. - Publizitate-zabalkundeko kontratua. - Publizitate-sorkuntzako kontratua. - Publizitate-babeseko kontratua.

	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitate-autorregulazioko kode deontologikoa. - Lehia desleialeko egintzak. - Kontsumitzaileekiko eta erabiltzaileekiko merkataritza-jardunbide desleialak. - Pertsonen edo haien ondarearen osasunerako edo segurtasunerako arriskuak sor ditzaketen produktuei buruzko publizitatea. - Hedabide onenak hautatzeko eta antolatzeko hainbat aukeratan oinarritutako irizpide anitzeko analisi-metodoak. - Hedabideetako kanpaina baten aginte-koadroa. - Publizitate-bideen plana. - Agentzien eta iragarleen eta hedabideen arteko harremanak. - Baimendutako marjinen eta kostuen azterketa. - Publizitate-eraginkortasuna neurtzeko metodoak. - Kanpainetako emaitzak aztertzeko ratioak: <i>stats</i> eta <i>adstock</i>. - <i>On line</i> eta <i>off line</i> eraginkortasun-ratioak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanak egiteko ezarritako epeekiko konpromisoa azaltzea. - Bitarteko materialetan eta prozesuen antolamenduan berritzeko prestasun eta ekimen pertsonala izatea. - Talde-lanetan parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

4. PUBLIZITATE BIDEEN PLANA GAUZATZEKO LANAK KONTROLATZEKO BEHARREZKOAK DIREN EKINTZAK EGITEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitate-bideen planeko emanaldiari buruzko aginduak euskarri eta hedabide bakoitzera bidaltzea, ezarritako denborari eta formari buruzko aurreikuspenen arabera. - Publizitate-bideen planaren jarraipena mota guztietako tresnekin monitorizatzea: irakurtzea, entzutea eta bistaratzea, besteak beste. - Publizitate-elementuak eta -moduak aurreikusitako hedabide eta euskarrietan behar bezala agertu direla egiaztatzea, kontratatutako maiztasunaren, denboraren eta baldintzen arabera. - Publizitate-bideen planari buruzko akatsak, desbideratzeak edo omisioak laster helaraztea arduradunei, haiei konponbidea aurkitzeko ezarritako protokoloaren arabera. - Publizitate-bideen planaren jarraipeneko eta kontroleko datuak gauzatutako planaren eraginkortasuna, errentagarritasuna eta hobetzeko aukerak neurtzeko gauza den txosten batean erregistratzea. - Zuzendaritzarentzako txostenak informatika-tresnekin egitea. - Emanaldia kontrolatzeko txosten bat jasotako zehaztapenen arabera lantzea, goragokoei helarazteko.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Hainbat hedabidetan emanaldia igortzeko aginduak. - Kanpaina baten kontrola eta aginte-koadroa. - <i>Off line</i> eta <i>on line</i> hornitzaileekiko harremana. - Publizitate-bideen idatzizko plan baten kontrola. - Telebistan eta irratan erabili ohi diren kontrol-tresnak. - Interneteko kanpainak gauzatzeko lanen jarraipen-koadroak. - Publizitate-bideen planaren kontrola, maiztasunari, denborei eta itundutako baldintzei dagokienez. - Itundutako baldintzak ez betez gero jarduteko arauak. - Publizitate-plana gauzatzen den bitartean izaten diren gertaerak eta datuak kontrolatzeko informatika-tresnak.

jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanak egiteko ezarritako epeakiko konpromisoa azaltzea. - Bitarteko materialetan eta prozesuen antolamenduan berritzeko prestasun eta ekimen pertsonala izatea. - Talde-lanetan parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.
--------------	---

5. BALIABIDE PROPIOEN BIDEZ EDO PRENTSA EBAKINEN BILDUMAK (PRESS-CLIPPING) EGITEN DITUZTEN ENPRESEN BITARTEZ INFORMAZIOA LORTZEN LAGUNTZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Datu-base bat prestatzea gure enpresarekin edo sektorearekin zerikusia duten albisteak ager daitezkeen komunikabideekin eta komunikazio-euskarriekin. - Komunikabideen eta komunikazio-euskarrien jarraipena egitea, gure jarduerarekin zerikusia duten edukien bila. - Aurkitutako edukien digitalizazioa egitea, ezarritako irizpideen arabera eta informatika-aplikazio egokiak erabilia. - Prentsa-ebakinen bildumak (<i>press-clipping</i>) egiten dituzten enpresek eskaintzen dituzten zerbitzuak identifikatzea: besteak beste, gure enpresari buruz, lehiakideei buruz edo gure sektoreko puntako enpresei buruz hedabideetan dagoen informazioa. - Idatzizko ez bestelako hedabideen kasuan, edukiak eta egindako informazio-estaldura aurkitzea, irudiak ikusi eta denboraren datuak hartzea. - Informazio-estalduraren, estaldura mediatikoaren eta prentsa-ebakinen bilketaren (<i>press-clipping</i>) txostena egitea, ezarritako estiloaren, edizioaren eta maketazio-irizpideen arabera. - Txostena edo prentsa-ebakinen bilduma (<i>press-clipping</i>) goragokoei eta antolakundeak izendatutako pertsonari helaraztea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - <i>On line</i> eta <i>off line</i> informazio-bideak bilaketa-sistema automatikoak erabilia arakatzea. - Albiste jakin batzuk bilatzeko gako-hitzak. - Informazio-jarraipenen abantailak. - Prentsa-ebakinen bildumak (<i>press-clipping</i>) egiten dituzten enpresek eskaintzen dituzten zerbitzuak. - Jarraipen-zerbitzu baten bitartez lortutako albisteak editatzeko eta berrerrabiltzeko informatika-aplikazioak. - Jasotako informazioa datu-baseak kudeatzeko sistemen bidez biltegitratzea, eta hemeroteca eta fitxategi pertsonalizatuak sortzea. - Sektoreko enpresa motak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanak egiteko ezarritako epeakiko konpromisoa azaltzea. - Bitarteko materialetan eta prozesuen antolamenduan berritzeko prestasun eta ekimen pertsonala izatea. - Talde-lanetan parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

d) Orientabide metodologikoak

Modulu hau irakatsi eta ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziarioa

Modulu honetan, ikaskuntzaren emaitzak ondoren azaltzen diren bost eduki-multzoekin erlazionatuta daude:

- **1. multzoa:** *Publizitate-bideen plan bat diseinatzeko datuak biltzea.*
- **2. multzoa:** *Publizitate-bideak eta -euskarriak deskribatzea.*
- **3. multzoa:** *Publizitate-bideen plana egiten laguntzea.*
- **4. multzoa:** *Publizitate-bideen plana gauzatzeko lanak kontrolatzeko beharrezkoak diren ekintzak egitea.*
- **5. multzoa:** *Baliabide propioen bidez edo prentsa-ebakinen bildumak (press-clipping) egiten dituzten enpresen bitartez informazioa lortzen laguntzea.*

Modulua sekuentziatzeko garaian, nabarmendu beharra dago ez direla nahasi behar "eduki-multzoa" eta "unitate didaktikoa". Ikasleek eskuratu behar dituzten jakintzak argi eta garbi eta modu ulergarrian islatzea beste helbururik ez dute eduki-multzoek. Unitate didaktikoak, aldiz, irakasleak eduki-multzoetan oinarrituta garatuko dituenak dira, modulua ikasgelan irakasteko programatzen duenean.

Kontuan hartu behar da, bestalde, modulu honetako edukietako batzuk zikloaren beste modulu batzuetan prozedurazko lanak egiteko tresnak direla.

Aurrekoa kontuan izanik, modulua ikasleak kokatuko dituen unitate didaktiko batekin hastea aholkatzen da, hartara ikasleek aukera izango baitute kontzeptuzko, prozedurazko eta jarrerazko edukien ikuspegi orokorra hartzeko eta horiek moduluaren ebaluazioari begira baloratzeko eta zikloko beste modulu batzuekiko erlazioez jabetzeko.

Moduluaren aurkezpena egin ondoren, hauxe izan liteke haren sekuentziazio egokia:

- Komunikabideak eta komunikazio-euskarriak aztertzen dituen modulu bat denez, **2. eduki-multzoarekin** hasiko da, haien azterketarekin zerikusia duen oinarritzkoena jorratzen baita bertan: kontzeptua jorratzen du, hedabideak sailkatzen ditu eta zehatz-mehatz aztertzen ditu publizitate-bideak.
- Ondoren, **5. multzoa** irakatsiko da. Bertan, informazioa baliabide propioen zein besteren baliabideen bitartez lortzeko gaia jorratzen da. Une honetan irakastea komeni da, ikasleek aukera izan dezaten komunikabideen merkatua ezagutzeko eta arakatzen, gako-hitzak erabiltzen, informazioen jarraipena egiten eta merkatuko enpresa motak ezagutzen ikasteko, hori guztia oso baliagarria izan baitaiteke ikasleentzat publizitate-bideen plana diseinatzeko, egiteko eta kontrolatzeko.

Azkenik, komenigarria izango litzateke **1., 3. eta 4. multzoak** ordena horretan irakastea. Multzo horiek publizitate-bideen plana diseinatzeko, egiten eta kontrolatzen laguntzen dute, eta hori da, nolabait ere, modulu honen azken helburua.

2) Alderdi metodologikoak

Modulu hau ikasleek beharrezkoak diren jakintzak eskuratzera bideratuta dago, behar adina jakintza eta informazio dutenean gai izan daitezen publizitate-bideen plan bat diseinatzeko eta egiteko, eta, orobat, plana gauzatzeko lanak kontrolatzeko beharrezkoak diren jakintzak izan ditzaten.

Arestian adierazitako helburua lortzeko, komenigarritzat jotzen da, lehenik, publizitate-bideen eta -euskarrien ahalik eta jakintza sakonena eskuratzea, ikasleak horien ikuspegi globala izan dezan lan egingo duen eremu nagusian.

Multzoko edukiak eskuratu ondoren, ikaslea publizitate-bideen eta -euskarrien mundura hurbilduko duten ariketa praktikoak egin beharko dira.

Gero, informazioa bilatu eta aztertu beharko da baliabide propioen bidez edo prentsa-ebakinen bildumak (*press-clipping*) egiten dituzten enpresen bitartez. Horretarako, behar-beharrezkoa da:

- ✓ Datu-base bat prestatzen jakitea gure enpresarekin edo sektorearekin zerikusia duten albisteak ager daitezkeen komunikabideekin eta komunikazio-euskarriekin.
- ✓ Komunikabideen eta komunikazio-euskarrien jarraipena egitea, gure jarduerarekin zerikusia duten edukien bila.
- ✓ Aurkitutako edukien digitalizazioa egitea, ezarritako irizpideen arabera eta informatika-aplikazio egokiak erabilita.
- ✓ Prentsa-ebakinen bildumak (*press-clipping*) egiten dituzten enpresek eskaintzen dituzten zerbitzuak identifikatzea: besteak beste, gure enpresari buruz, lehiakideei buruz edo gure sektoreko puntako enpresei buruz hedabideetan dagoen informazioa.
- ✓ Idatzizko ez bestelako hedabideen kasuan, edukiak eta egindako informazio-estaldura aurkitzea, irudiak ikusi eta denboraren datuak hartzea.
- ✓ Informazio-estalduraren, estaldura mediatikoaren eta prentsa-ebakinen bilketaren (*press-clipping*) txostena egiten jakitea, ezarritako estiloaren, edizioaren eta maketazio-irizpideen arabera.
- ✓ Txostena edo prentsa-ebakinen bilduma (*press-clipping*) goragokoei eta antolakundeak izendatutako pertsoneri helarazten jakitea.

Publizitate-bideen plana lantzearekin erlazionatutako **1., 3. eta 4. multzoei** dagokienez, ikasleak beharrezkoa den prestakuntza izan beharko du:

- ✓ Publizitateari, publizitate-kontratu motei eta kontsumitzaileen eskubideen babesari buruzko legeria interpretatzeko.
- ✓ Plana bera lantzeko.
- ✓ Kanpainaren kostua kalkulatzeko.
- ✓ Hedabideetako kanpainan erdietsitako errentagarritasun-ratioak aplikatzeko.
- ✓ Kanpainaren jarraipen zuzena egiteko, publizitate-elementuen erakusketa-maiztasunari, agerpen-denborari eta itundutako baldintzak betetzeari dagokionez.
- ✓ Besteak beste, enpresaren, sektorearen eta lehiakideen garrantzizko informazioa betetzeko.

Irakatsi eta ikasteko prozesua ebaluatzeko fasean, garrantzi berezia emango zaie, lehenik, ikasle bakoitzaren jakintzei, eta bere erantzukizuna lan-talde batean garatzeko duen gaitasunari.

Lanerako ekimena eta gaitasuna ere garrantzi bereziko alderdiak dira, horiek ere ebaluazioan baloratzekoak.

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

- ✓ Publizitate-bide bakoitzaren berezko ezaugarriak identifikatzea.
- ✓ Komunikazio-euskarri tradizionalak aztertzea: prentsa, aldizkariak, irratia eta telebista, besteak beste.

- ✓ Internet informazioa bilatzeko bide gisa erabiltzea.
- ✓ Internet gure enpresaren eta produktuen publizitate-euskarri gisa erabiltzea.
- ✓ Publizitate-bideen idatzizko plan baten kontrola lantzea.
- ✓ Telebistan eta irratian erabili ohi diren kontrol-tresnak aztertzea.
- ✓ Hedabideen tarifak eta baldintzak kalkulatzeko.
- ✓ Prentsa-ebakinen bildumak (*press-clipping*) egiten dituzten eta informazioa bilatzen duten enpresek eskaintzen dituzten zerbitzuak identifikatzea.
- ✓ Edukiak eta informazioa aurkitzea.
- ✓ Informazio-estalduraren, estaldura mediatikoaren eta prentsa-ebakinen bilketaren (*press-clipping*) txosten bat egitea.
- ✓ Txostenak egiteko helburu orokorreko informatika-aplikazioak erabiltzea.
- ✓ *On line* eta *off line* informazio-bideak bilaketa-sistema automatikoak erabilia arakatzea.
- ✓ Publizitate-kanpainak lantzeko, haien jarraipena egiteko eta kontrolatzeko programa espezifikoak erabiltzea.
- ✓ Interneteko teknikak aplikatzea publizitate-erabilera eta -euskarri gisa.

6. lanbide-modulua

HARREMAN PUBLIKOAK ETA MARKETIN EKITALDIEN ANTOLAMENDUA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Harreman publikoak eta marketin-ekitaldien antolamendua
Kodea:	1009
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	100 ordu
Kurtoa:	2.a
Kreditu kop.:	6
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa (Bigarren Irakaskuntzako irakaslea)
Modulu mota:	Konpetentzia-atal honi lotuta dago: UC2187_3: Marketineko eta komunikazioko ekitaldiak antolatzea eta kudeatzea, ezarritako protokoloari eta irizpideei jarraiki.
Helburu orokorrak:	8 / 9 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24 / 25

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

1. Enpresako harreman publikoen helburuak eta tresnak ezartzen ditu, marketin-planeko komunikazio-estrategian ezarritakoa betez.

Ebaluazio-irizpideak:

- Harreman publikoek enpresaren komunikazio-tresna gisa duten garrantzia baloratu du.
- Harreman publikoen tresna motak sailkatu ditu, zein esparrutan garatzen diren eta zein hartzailerik zuzentzen zaizkion kontuan hartuta.
- Enpresa batek egin ditzakeen babes- eta mezenasgo-jarduerak bereizi ditu.
- Harreman publikoen eta komunikabideen arteko lotura aztertu du.
- Planifikatutako helburuak betetzeko harreman publikoen tresna egokiena hautatu du.
- Harreman publikoen kanpaina bat optimizatzeko estrategia planifikatu du.

2. Marketin-ekitaldien antolamendua ezaugarritzen du, eta, horretarako, epeak eta egiteko modua zehazten ditu, marketin-planean ezarritako briefingaren, irizpideen eta aurrekontuaren arabera.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Marketineko eta komunikazioko ekintzetan erabili ohi diren ekitaldi motak bereizi ditu, haien helburuen eta zuzentzen zaizkion publikoaren arabera.
- b) Ekitaldi mota jakin bat egiteko beharrezkoak diren baliabideak, lekua, tresneria, instalazioak eta bitartekoak identifikatu ditu.
- c) Ekitaldi bat egiteko beharrezkoak diren baimenak eta lizentziak identifikatu ditu.
- d) Ekitaldi jakin batean egin behar diren faseak eta jarduerak zehaztu ditu.
- e) Marketineko eta komunikazioko ekitaldi baten programa, egutegia eta kronograma orokorra landu du.
- f) Ekitaldia zabaltzeko epeak eta modua ezarri ditu, *on line* eta *off line* komunikazioko tresnak eta teknikak erabilia.
- g) Prentsaurreko bat egiteko beharrezkoak diren bitartekoak eta parte-hartzaileak zehaztu ditu.

3. Marketin-ekitaldi batean parte hartzen duten hornitzaile, eragile eta agenteekiko harremanen plana definitzen du, aurreikusitako baldintzak, epeak eta aurrekontua betez.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Marketin-ekitaldi bat egiteko beharrezkoak diren hornitzaileak identifikatu ditu.
- b) Ekitaldi-hornitzaileen eskaintzak ebaluatu ditu, besteak beste prezioa, zerbitzu erantsiak eta prestazio-baldintzak bezalako irizpideen arabera.
- c) Marketin-ekitaldi bat egiteko leku bat eta bitartekoak alokatzeko edo kontratatzeko beharrezkoak diren kudeaketak zehaztu ditu.
- d) Zerbitzu osagarriak koordinatu ditu: cateringa, laguntzaileak, soinu-teknikariak eta tresneriaren alokairua, besteak beste.
- e) Kontratutako zerbitzuak eta hornitzaileak datu-base batean erregistratu ditu, datuak babesteko araudia eta antolakundearen pribatutasuna errespetatuta.

4. Marketineko eta komunikazioko ekitaldiak egiteko protokolo- eta zeremonial-arauak zehazten ditu, eta, eginkizun horretan, bertaratutakoen esku-hartzea programatzen du eta ekitaldia egiten denerako haien protokolo-tratamendua zehazten du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Marketin-ekitaldi motarako protokolo eta zeremonial egokia identifikatu du.
- b) Ekitaldira bertaratutakoen lehentasun-ordena ezarri du, araudi ofiziala, sektoreko usadioak eta ohiturak, bertaratutakoen maila eta ordezkaritza instituzionala, antolakundearen irizpideak eta ekitaldiko programa kontuan hartuta.
- c) Ekitaldira bertaratutakoen protokolo-tratamendua zehaztu du, hierarkia, maila eta ordezkaritza instituzionala kontuan hartuta.
- d) Bertaratutakoen, esku-hartzaileen, hedabideen ordezkarien edo beste agente batzuen esku-hartzea programatu du, protokoloaren, ezarritako ordenaren eta usadioen arabera.
- e) Elementuak, panelak, kartelak, armariak, bandera ofizialak edo antolakundearen kokatzeko eta ezartzeko lekua hautatu du, indarrean dagoen araudiaren eta enpresa-protokoloaren arabera.

5. Marketin-ekitaldietan laguntzean, haiek koordinatzean eta gainbegiratzean hartu behar diren jarrerak eta izan behar diren gaitasunak zehazten ditu, protokolo-arauak eta hierarkia bereiztekoak betez.

Ebaluazio-irizpideak:

- Ekitaldi baten garapenean giro positiboa izatea eta jendetasunez eta adeitasunez jardutea zein garrantzitsua den aztertu du.
- Marketineko ekintza eta ekitaldietan irudi pertsonalaren alderdi garrantzitsuenak aztertu ditu.
- Ekitaldi batean parte hartzen duten eragile eta agenteen gaitasun eta jarreretan izaten diren akats sarrienak aztertu ditu.
- Hitzezko eta hitz gabeko komunikazio-teknikak aplikatu ditu, definitutako protokoloaren eta jarraibideen arabera.

6. Marketineko hainbat ekintza eta ekitaldi mota garatzearen emaitzak ebaluatzen ditu, eta kontrol-txostenak egiten ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- Ekitaldiak egitean kalitate-adierazleak eta eraginkortasun operatiboarenak definitu ditu.
- Marketin-ekitaldien garapenean izan ohi diren gorabeherak eta arazoak eta horiei konponbidea aurkitzeko har litezkeen neurriak identifikatu ditu.
- Komunikazioko ekintza edo ekitaldi baten emaitzak kontrolatzeko eta ebaluatzeko erabili ohi diren sistemak aztertu ditu.
- Helburuko publikoen gogobetetasun-maila adierazten duten alderdiak identifikatu ditu.
- Gogobetetasun-galdetegi baten emaitzak eta ekitaldi bat gauzatzearen datuak abiapuntu hartuta, emaitzak ebaluatzeko txosten bat idatzi du.

c) Oinarrizko edukiak

1. ENPRESAKO HARREMAN PUBLIKOEN HELBURUAK ETA TRESNAK	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Harreman publikoek enpresaren komunikazio-tresna gisa duten garrantzia baloratzea. - Harreman publikoen tresna motak sailkatzea, zein esparrutan garatzen diren eta zein hartzaileri zuzentzen zaizkion kontuan hartuta. - Enpresa batek egin ditzakeen babes- eta mezenasgo-jarduerak bereiztea. - Harreman publikoen eta komunikabideen arteko lotura aztertzea. - Planifikatutako helburuak betetzeko harreman publikoen tresna egokiena hautatzea. - Harreman publikoen kanpaina bat optimizatzeko estrategia planifikatzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Harreman publikoak enpresaren komunikazio-estrategiaren barruan. - Harreman publikoen kontzeptua eta xedeak. - Harreman publikoak eta irudi korporatiboa. - Harreman publikoen eskuliburu korporatiboaren diseinua. - Harreman publikoen faseak. - Gizarte-erantzukizun korporatiboa. - Harreman publikoak eta iritzi publikoa. - Publizitate instituzionala. - Harreman publikoen ekintzen tipologia: esparruaren arabera eta helburuen arabera. - Harreman publikoen eta komunikabideen arteko lotura. - Ekitaldien antolamendua enpresako harreman publikoen barruan.

jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Taldeko kideekin komunikatzeko ekimen pertsonala izatea. - Pertsonen arteko komunikazio-moduak antzematea, komunikazioa zein egoeratan sortzen den kontuan izanda. - Komunikazio-zereginak antolatzeke eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea.
--------------	--

2. MARKETIN EKITALDIEN ANTOLAMENDUA EZAUGARRITZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Marketineko eta komunikazioko ekintzetan erabili ohi diren ekitaldi motak bereiztea, haien helburuen eta zuzentzen zaizkion publikoaren arabera. - Ekitaldi mota jakin bat egiteko beharrezkoak diren baliabideak, lekua, tresneria, instalazioak eta bitartekoak identifikatzea. - Ekitaldi bat egiteko beharrezkoak diren baimenak eta lizentziak identifikatzea. - Ekitaldi jakin batean egin behar diren faseak eta jarduerak zehaztea. - Marketineko eta komunikazioko ekitaldi baten programa, egutegia eta kronograma orokorra lantzea. - Ekitaldia zabaltzeko epeak eta modua ezartzea, <i>on line</i> eta <i>off line</i> komunikazioko tresnak eta teknikak erabilita. - Prentsaurreko bat egiteko beharrezkoak diren bitartekoak eta parte-hartzaileak zehaztea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ekitaldi motak: enpresa-ekintzak eta ekintza sozialak. - Azokak, sustapen-ekintzak, ekintza instituzionalak, biltzarrak, harrerak, prentsaurrekoak, babesak eta beste zenbait ekitaldi. - Ekitaldiak garatzeko giza baliabideen eta baliabide materialen antolamendua. - Ekitaldiak antolatzeke teknikak. Antolatzailearen kudeaketak eta zereginak: ekitaldiaren programa, egutegia eta kronograma. - Ekitaldiaren argitalpena eta zabalkundea. - Ekitaldia egiteko aplikatzekoa den araudia, baimenak eta lizentziak. - Marketineko eta komunikazioko ekitaldien antolamenduan ohikoak diren jardunbideak. - Ekitaldi-antolatzaileen eskaintzak hautatzea eta negoziatzea. - Zerbitzuak egiteko edo bitartekoak alokatzeke kontratua.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Taldeko kideekin komunikatzeko ekimen pertsonala izatea. - Pertsonen artean komunikatzeko hainbat modu gertatzen den egoeraren arabera ezagutzea. - Talde-lanetan elkartasunez parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

3. HORNITZAILE, ERAGILE ETA AGENTEEKIKO HARRERMANEN PLANA ZEHAZTEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Marketin-ekitaldi bat egiteko beharrezkoak diren hornitzaileak identifikatzea. - Ekitaldi-hornitzaileen eskaintzak ebaluatzea, besteak beste prezioa, zerbitzu erantsiak eta prestazio-baldintzak bezalako irizpideen arabera. - Marketin-ekitaldi bat egiteko leku bat eta bitartekoak alokatzeke edo kontratatzeke beharrezkoak diren kudeaketak zehaztea.
----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Zerbitzu osagarriak koordinatzea: cateringa, laguntzaileak, soinu-teknikariak eta tresneriaren alokairua, besteak beste. - Kontrataturako zerbitzuak eta hornitzaileak datu-base batean erregistratzea, datuak babesteko araudia eta antolakundearen pribatutasuna errespetatuta.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ekitaldiak egiteko behar izaten diren espazioak: <ul style="list-style-type: none"> • Biltzar-jauregiak eta -zentroak. • Azoka-eremuak. • Hotelak. • Eremu bereziak eta beste batzuk, eta haien sarbideak. - Ekitaldiak egiteko beharrezkoak diren zerbitzuen hornitzaileen tipologia: <ul style="list-style-type: none"> • Ostalaritza eta jatetxe-arloa. • Irudiaren eta soinuaren erreprodukzioa eta proiektzioa, eta telekomunikazioena. • Material grafikoaren, ikus-entzunezkoen eta digitalen diseinua, edizioa eta inprimaketa. • Itzulpena. • Egoitzarako sarrera eta barne-garraio kolektiboak. Sarbideen kudeaketa eta kontrola, eta segurtasuna. • Standak eta erakusketak muntatzeko lanak. • Biltzarretako laguntzaileen zerbitzuak eta funtzioak, eta enpresak. • Kultura-animazioa eta ikuskizunen produkzioa. - Zerbitzu-hornitzaileen eskaintzak hainbat irizpide kontuan hartuta ebaluatzen diren prozesua. - Baliabideen eta hornitzaileen koordinazioa. - Ekitaldien antolamenduko segurtasuna. Segurtasun-estrategiak. - Ekitaldiak kudeatzeko informatika-aplikazioak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Taldeko kideekin komunikatzeko ekimen pertsonala izatea. - Komunikazio-zereginak antolatzeko eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Talde-lanetan elkartasunez parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

4. MARKETINEKO ETA KOMUNIKAZIOKO EKINTZA ETA EKITALDIETAKO PROTOKOLOA ETA ZEREMONIALA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Marketin-ekitaldi motarako protokolo eta zeremonial egokia identifikatzea. - Ekitaldira bertaratutakoen lehentasun-ordena zehaztea, araudi ofiziala, sektoreko usadioak eta ohiturak, bertaratutakoen maila eta ordezkariak instituzionala, antolakundearen irizpideak eta ekitaldiko programa kontuan hartuta. - Ekitaldira bertaratutakoen protokolo-tratamendua zehaztea, hierarkia, maila eta ordezkariak instituzionala kontuan hartuta. - Bertaratutakoen, esku-hartzaileen, hedabideen ordezkarien edo beste agente batzuen esku-hartzea programatzea, protokoloaren, ezarritako ordenaren eta usadioen arabera. - Elementuak, panelak, kartelak, armariak, bandera ofizialak edo antolakundearen kokatzeko eta ezartzeko lekua hautatzea, indarrean dagoen araudiaren eta enpresa-protokoloaren arabera.
-----------------------	--

kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ekintza eta ekitaldi motak protokoloaren arabera. - Enpresa-protokoloa. - Zeremonial eta protokolo instituzionala. - Ohiko arauak eta usadioak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Taldeko kideekin komunikatzeko ekimen pertsonala izatea. - Pertsonen artean komunikatzeko hainbat modu gertatzen den egoeraren arabera ezagutzea. - Komunikazio-zereginak antolatzeko eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea.

5. MARKETIN EKITALDIAK KOORDINATZEA ETA GAINBEGIRATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ekitaldi baten garapenean giro positiboa izatea eta jendetasunez eta adeitasunez jardutea zein garrantzitsua den aztertzea. - Marketineko ekintza eta ekitaldietan irudi pertsonalaren alderdi garrantzitsuenak aztertzea. - Ekitaldi batean parte hartzen duten eragile eta agenteen gaitasun eta jarreretan izaten diren akats sarrienak aztertzea. - Hitzeko eta hitz gabeko komunikazio-teknikak aplikatzea, definitutako protokoloaren eta jarraibideen arabera.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Marketineko eta komunikazioko ekitaldien garapena eta portaera. - Irudi pertsonala. - Ekitaldi bateko agenteen eta parte-hartzaileen jarrerak eta gaitasunak. - Hitzeko eta hitz gabeko komunikazio-teknikak. - Ekitaldiak irudi eta balio korporatiboak transmititzeko elementu gisa.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Taldeko kideekin komunikatzeko ekimen pertsonala izatea. - Pertsonen artean komunikatzeko hainbat modu gertatzen den egoeraren arabera ezagutzea. - Komunikazio-zereginak antolatzeko eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Talde-lanetan elkartasunez parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

6. EKITALDIAK KONTROLATZEKO ETA EBALUATZEKO TXOSTENAK EGITEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ekitaldiak egitean kalitate-adierazleak eta eraginkortasun operatiboarenak definitzea. - Marketin-ekitaldien garapenean izan ohi diren gorabeherak eta arazoak eta horiei konponbidea aurkitzeko har litezkeen neurriak identifikatzea. - Komunikazioko ekintza edo ekitaldi baten emaitzak kontrolatzeko eta ebaluatzeko erabili ohi diren sistemak aztertzea. - Helburuko publikoen gogobetetasun-maila adierazten duten alderdiak identifikatzea. - Gogobetetasun-galdetegi baten emaitzak eta ekitaldi bat gauzatzearen datuak abiapuntu hartuta, emaitzak ebaluatzeko txosten bat idaztea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ekitaldien gainbegiratua eta jarraipena. - Parte-hartzaileen kontrola.

	<ul style="list-style-type: none"> - Ekitaldia kudeatzeko zerbitzuen kalitatea. - Gogobetetasun-galdetegiak. - Ekitaldiek behar izaten dituzten zerbitzuak ebaluatzeko teknika. - Ekitaldi bat egiten den bitartean izan litezkeen gorabeheren aurreikuspena. - Ekitaldiaren memoria teknikoa eta ekonomikoa. - Ekitaldien kalitatea kudeatzeko informatika-aplikazioak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Taldeko kideekin komunikatzeko ekimen pertsonala izatea. - Pertsonen artean komunikatzeko hainbat modu gertatzen den egoeraren arabera ezagutzea. - Komunikazio-zereginak antolatze eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea.

d) Orientabide metodologikoak

Lanbide-modulu honek enpresaren marketin-ekitaldiak antolatzeko funtzioa betetzeko beharrezkoa den prestakuntza biltzen du.

Marketin-ekitaldiak antolatzeko funtzioak honako alderdi hauek hartzen ditu bere baitan:

- Ekitaldia egiteko moduak eta epeak ezartzea.
- Ekitaldian parte hartzen duten hornitzaile eta agenteekiko harremanak koordinatzea.
- Marketin-ekitaldien garapena gainbegiratzea.
- Ekitaldiak egitean izaten diren gorabehereri konponbidea aurkitzea.
- Protokolo-arauak eta hierarkia bereiztekoak betetzea.
- Kontrol-txostenak egitea.

1) Sekuentziazioa

Proposatzen den ibilbide didaktikoa honela banatzen da:

- 1. multzoa:** *Enpresako harreman publikoen helburuak eta tresnak.*
- 2. multzoa:** *Marketin-ekitaldien antolamendua ezaugarritzea.*
- 3. multzoa:** *Hornitzaile, eragile eta agenteekiko harremanen plana zehaztea.*
- 4. multzoa:** *Marketineko eta komunikazioko ekintza eta ekitaldietako protokoloa eta zeremoniala.*
- 5. multzoa:** *Marketin-ekitaldiak koordinatzea eta gainbegiratzea.*
- 6. multzoa:** *Ekitaldiak kontrolatzeko eta ebaluatzeko txostenak egitea.*

Kontuan izan behar da eduki-multzo bat ez datorrela bat unitate didaktiko batekin.

Lehenik, **1. multzoan** zehazten den moduan, eta modulu honek enpresaren marketin-planeko komunikazio-estrategian ezarritakoa bete behar duela kontuan harturik, sarrera bat egingo da, eta harreman publikoen helburuak eta estrategiak kontzeptuzko alderdian azalduko dira. Harreman publikoen eta komunikabideen arteko lotura aztertu behar da.

Harreman publikoen helburuak ezarri ondoren, marketin-ekitaldien antolamendua planteatuko da, ekitaldi bateko parte-hartzaileen arteko harremanak definitu, protokolo-eta zeremonial-arauak antolatu, eta bertaratutako esku-hartzeak programatuko dira, **2., 3. eta 4. multzoen** arabera.

Multzo horiek garatzeko, ekitaldi motak bereiziko ditugu, hornitzaileak prezioa edo zerbitzu erantsia bezalako irizpideen arabera identifikatuko ditugu, eta, azkenik, ekitaldi mota bakoitzerako protokolo eta zeremonial egokia identifikatuko dugu.

Amaitzeko, **5. eta 6. multzoak** jorratuko ditugu, ordena horretan, marketin-ekitaldietan hartu beharreko jarrera eta izan beharreko gaitasuna zehazten dutenak, eta planteatutako ekitaldien emaitza ebaluatuko dugu.

Ekitaldi baten garapenean giro positiboa izatea eta jendetasunez eta adeitasunez jardutea zein garrantzitsua den aztertuko da, eta ekitaldien garapenean izan ohi diren gorabeherak eta arazoak identifikatuko dira.

2) Alderdi metodologikoak

Egokitzat jotzen da kontzeptuzko alderdien aurkezpen bat egitea, eta, alderdi hori bete ondoren, paraleloki, kasu praktiko bat jorratzea, hala nola ekintza bat, ekitaldi bat edo azoka bat antolatzea, edo egoera zehatz bat lantzea, hasieran erraza eta gero eta korapilatsuagoa izango dena, edozein jarduera protokolo-arauak eta hierarkia bereiztekoak betez garatzea lortzeko.

Komenigarria izan daiteke, halaber, inguruan garatzen den ekintza edo ekitaldiren batera bertaratzea, ikasleak gauza izan daitezten eskuratu dituzten jakintzak egokiak ote diren egiaztatzeko eta hainbat ekitaldi motaren arteko azterketa konparatiboak egiteko, betiere irakaslearen laguntzarekin.

Irakasleak ikasteko prozesuaren jarraipen zorrotza egingo du, eta ikaslearen interesa erakartzen eta motibazioa areagotzen ahalegingo da.

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

- ✓ Ekitaldi mota jakin bat egiteko beharrezkoak diren baliabideak, lekua, tresneria, bitartekoak, baimenak eta lizentziak identifikatzea.
- ✓ Ekitaldi baten programa, egutegia eta kronograma orokorra lantzea.
- ✓ Ekitaldiaren epeak eta zabalkunde-modua finkatzea.
- ✓ Ekitaldi-hornitzaile bat hautatzea.
- ✓ Ekitaldi bat egiteko leku bat eta bitartekoak alokatzeko edo kontratatzekeo lanak kudeatzea.
- ✓ Ekitaldirako zerbitzu osagarriak koordinatzea.
- ✓ Ekitaldira bertaratutakoen lehentasun-ordena eta protokolo-tratamendua finkatzea.
- ✓ Ekitaldi batera bertaratutakoen esku-hartzea protokoloaren arabera programatzea.
- ✓ Elementuak, panelak, kartelak, armarrak eta banderak kokatzeko eta ezartzeko lekua hautatzea, araudiaren eta enpresa-protokoloaren arabera.
- ✓ Hitzeko eta hitz gabeko komunikazio-teknikak erabiltzea, definitutako protokoloaren eta jarraibideen arabera.
- ✓ Ekitaldi batean izan ohi diren gorabeherak eta horiei konponbidea aurkitzeko moduak identifikatzea.
- ✓ Ekitaldiaren helburuko publikoaren gogobetetasun-maila baloratzea.

- ✓ Ekitaldiaren garapenaren emaitzak ebaluatzeko txosten bat egitea.
- ✓ Ekitaldiak antolatzeko eta ebaluatzeko informatika-tresnak erabiltzea.

7. lanbide-modulua

MERKATARITZA IKERKETA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Merkataritza-ikerketa
Kodea:	1010
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	132 ordu
Kurtsoa:	1.a
Kreditu kop.:	8
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa (Bigarren Irakaskuntzako irakaslea)
Modulu mota:	Konpetentzia-atal hauei lotuta dago: UC0993_3: Merkatuak ikertzeko beharrezkoak diren informazioa eta tresnak prestatzea. UC0997_3: Merkatuen ikerketa abiapuntu hartuta, aztertzeke eta ondorioak lortzeko lanetan laguntzea.
Helburu orokorrak:	4 / 5 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24 / 25

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

1. Merkatuaren aldagaiak eta enpresaren edo antolakundearen ingurunearenak aztertzen ditu, eta enpresaren jardueran eta merkataritza-estrategia bakoitzaren aplikazioan duten eragina baloratzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- Merkataritza-sistemaren aldagaiak identifikatu ditu, enpresak kontrola ditzakeenak eta kontrolatu ezin dituenak, merkataritza-estrategiak definitzeko eta aplikatzeko kontuan hartu behar direnak.
- Mikroingurunearen faktore nagusiek antolakundearen merkataritza-jardueran dituzten ondorioak aztertu ditu.
- Makroingurunearen aldagai nagusiek enpresaren edo antolakundearen merkataritza-jardueran duten inpaktua aztertu du.
- Merkatuen jarduera arautzen duten edo bertan eragina duten antolakunde eta erakunde ekonomiko nagusiak identifikatu ditu.

- e) Kontsumitzailearen beharrak aztertu ditu, eta haiek asetzeko hierarkiaren edo lehenetsun-ordenaren arabera sailkatu ditu.
- f) Kontsumitzailearen erosketa-prozesuaren faseak eta prozesu horretan eragina duten barneko eta kanpoko aldagaiak aztertu ditu.
- g) Merkatuak segmentatzeko metodo nagusiak aplikatu ditu, hainbat irizpide erabilita.
- h) Hainbat merkataritza-estrategia mota definitu ditu, merkatuaren segmentazioa aplikatuta.

2. Enpresaren informazio-premietara egokitutako marketineko informazio-sistema (MIS) bat konfiguratu du, eta, horretarako, informazio-iturriak, prozedurak eta datuak antolatze teknikak definitzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Enpresaren informazio-premiak zehaztu ditu marketineko erabakiak hartzeko.
- b) Informazioa haren izaeraren, datuen jatorriaren eta horien erabilgarritasunaren arabera sailkatu du.
- c) Marketineko informazio-sistema bat osatzen duten azpisistemak ezaugarritu ditu, eta horietariko bakoitzaren funtzioak eta helburuak aztertu ditu.
- d) Marketineko informazio-sistema batek prozesatu eta antolatzen dituen datuak identifikatu ditu.
- e) Marketineko informazio-sistema batek izan behar dituen egokitasun-ezaugarriak, tamaina, xedea eta helburuak aztertu ditu, enpresaren edo antolakundearen informazio-premien arabera.
- f) Datuak haien jatorri den informazio-iturriaren arabera sailkatu ditu.
- g) Datuak tratatzeko, aztertze eta antolatze estatistika-teknikak aplikatu ditu, enpresaren edo antolakundearen erabakiak hartzeko informazio erabilgarria bihurtzeko.
- h) Informatika-tresnak erabili ditu informazioa tratatzeko, erregistratzeko eta enpresaren datu-basean sartzeko, etengabe eguneratuta egon dadin, arin eta bizkor erabili eta kontsultatu ahal izateko.

3. Merkataritza-ikerketako plana lantzen du, eta, horretarako, azterketaren helburuak eta xedea, informazio-iturriak, eta datuak lortzeko, tratatzeko eta aztertze aplikak daitezkeen metodoak eta teknikak definitzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkataritza-ikerketako azterketa bat egiteko premia ezarri du.
- b) Merkataritza-ikerketako prozesu baten faseak identifikatu ditu.
- c) Enpresan agertzen den eta ikertu nahi den arazoa edo aukera identifikatu eta definitu du.
- d) Egin behar den ikerketaren helburua ezarri du, eta informazio-premia, ikerketarako erabilgarri dagoen denbora eta ikerketaren emaitzak erabiliko dituen pertsona edo haien zertarakoa zehaztu ditu.
- e) Ikerketaren helburu orokorrak eta espezifikoak argi eta zehatz formulatu ditu, eta ikertu behar diren gaiak edo kontrastatuko diren hipotesiak izango balira bezala adierazi ditu.
- f) Egin behar den diseinua edo ikerketa mota zehaztu du, dela esploratze, deskriptibo edo kausala, lortu nahi diren helburuen arabera.
- g) Ikerketa-plana landu du, eta, horretarako, egin behar den azterketa mota, lortu behar den informazioa, datuen iturriak, informazioa lortzeko tresnak, datuak analizatzeko teknikak eta beharrezkoa den aurrekontua ezarri ditu.
- h) Ikerketarako beharrezkoa den informazioa eman dezaketen lehen eta bigarren mailako informazio-iturriak identifikatu ditu, barnekoak eta kanpokoak,



fidagarritasunari, adierazgarritasunari eta kostuari dagozkion irizpideak kontuan hartuta.

4. Erabilgarri dagoen bigarren mailako informazioa antolatzen du, ikerketa-planean ezarritako zehaztapen eta irizpideen arabera, eta ikerketaren helbururako behar adina datu dagoen baloratzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) *On line* eta *off line* informazio-iturrietako, merkatuen informazio-sistemetak eta barneko zein kanpoko datu-baseetako datuak hautatu ditu, merkataritza-ikerketako planean ezarritako irizpideen, epeen eta aurrekontuaren arabera.
- b) Bigarren mailako iturrietatik lortutako datuen fidagarritasuna eta adierazgarritasuna ziurtatzeko eta definitutako kalitate-, gaurkotasun- eta segurtasun-estandarrak betetzen ez dituztenak baztertzeko kontrol-prozedurak ezarri ditu.
- c) Bigarren mailako iturrietatik lortutako informazioa sailkatu eta antolatu du, eta ordenatuta aurkeztu du, ikerketan, landa-lanaren diseinuan edo datuen analisiko geroztiko fasean erabiltzeko.
- d) Erabilgarri dagoen informazioa analizatu du, bai kuantitatiboki, ikerketa garatzeko nahikoa ote den zehazteko, eta bai kualitatiboki, baliagarritasuneko, fidagarritasuneko eta adierazgarritasuneko irizpideak aplikatuta, aztergairako egokia ote den ebaluatzeko.
- e) Lortutako informazioa lehen mailako informazioarekin osatzeko premiak hauteman ditu, eta, horretarako, ikerketa-planean planteatutako helburuen gogobetetze-maila bigarren mailako iturrietatik lortutako informazioarekin konparatu du.
- f) Informazioa, emaitzak eta lortutako ondorioak ezarritako prozedurak erabilia prozesatu eta artxibatu ditu, gero berreskuratu eta kontsultatzeko, haien osotasuna bermatzeko eta etengabe eguneratu ahal izateko.

5. Lehen mailako informazioa lortzen du ikerketa-planean ezarritako zehaztapen eta irizpideen arabera, eta, eginkizun horretan, ikerketa kualitatiboko eta/edo kuantitatiboko prozedurak eta teknikak aplikatzen ditu datuak lortzeko.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkataritza- eta iritzi-azterketetan lehen mailako informazioa lortzeko teknikak eta prozedurak identifikatu ditu, merkataritza-ikerketako planean ezarritako irizpideen arabera.
- b) Lehen mailako iturrietatik informazioa biltzeko metodoen fidagarritasuna eta kostu/mozkin erlazioa balioesteko funtsezko parametroak definitu ditu.
- c) Sakoneko elkarrizketen, talde-dinamikaren, teknika proiektiboen, sormen-tekniken eta/edo behaketaren bidez informazio kualitatiboa lortzeko beharrezkoak diren tresnak zehaztu ditu, eta haien egitura eta edukia definitu du.
- d) Lehen mailako datuak lortzeko ad hoc inkesta motak bereizi ditu, eta, horretarako, inkesta pertsonalaren, posta bidezkoaren, telefono bidezkoaren edo Internet bidezkoaren abantailak eta eragozpenak aztertu ditu.
- e) Inkesta pertsonaletan, telefono-inkestetan edo web bidezkoetan informatika-baliabideak (CAPI, MCAPI, CATI eta CAWI) erabiltzearen abantailak deskribatu ditu.
- f) Datuak biltzeko prozedura eta teknika egokiena hautatu du, ikerketa-helburu, denbora eta aurrekontu jakin batzuk abiapuntu hartuta.
- g) Informazioa lortzeko beharrezkoak diren galdetegiak eta elkarrizketaren edo inkestaren gida jasotako argibideen arabera diseinatu ditu, eta galderen idazkera, ulergarritasuna eta koherentzia, galdetegiaren luze-laburra eta inkestaren iraupena egiaztatu ditu, informatika-aplikazio egokiak erabilia.

- h) Panelak lehen mailako informazio kuantitatiboa biltzeko tresna gisa deskribatu ditu, eta hainbat panel mota aztertu ditu: kontsumitzaileen panelak, xehekarien panelak eta entzuleriaren panelak.

6. Ikerketaren xede den populazioaren laginaren ezaugarriak eta tamaina zehazten ditu, eta laginketa-teknikak aplikatzen ditu hura hautatzeko.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkataritza-azterketa batean laginaren tamaina kalkulatzeko eragina duten aldagaiak identifikatu ditu.
- b) Merkataritza-ikerketa batean populazioaren lagin adierazgarri bat hautatzeko aplikatu daitezkeen laginketa-metodoak eta -teknikak (probabilistikoa eta ez-probabilistikoa) ezaugarritu ditu, eta horien abantailak eta eragozpenak aztertu ditu.
- c) Laginketa probabilistikoaren eta ez-probabilistikoaren teknikak konparatzeko aztertu ditu, eta haien abantailak eta eragozpenak adierazi ditu.
- d) Ausazko laginketa bakuna garatzeko prozesua deskribatu du, eta haren abantailak eta berekin dakartzan mugak aztertu ditu.
- e) Laginketa-prozesua deskribatu du, laginketa probabilistikoaren teknikak aplikatu ditu (sistematikoa, geruzatua, arlokako laginketa edo konglomeratu-laginketa, etapa anitzekoa eta ausazko bidekoa), eta haien abantailak eta eragozpenak aztertu ditu.
- f) Laginketa-prozesua aztertu du, eta laginketa ez-probabilistikoaren hainbat teknika aplikatu ditu: komenentziatzekoa, iritzizkoa, kuotatzekoa eta elur-pilotatzeko laginketa.
- g) Laginaren tamaina optimoa kalkulatu du, eta haren ezaugarriak eta osatzen duten elementuak eta lagina lortzeko aplikatu daitezkeen prozedura zehaztu ditu.

7. Lortutako datuen tratamendua eta analisisa egiten du, eta ondorioak jasotzen dituzten txostenak egiten ditu, estatistika-analisiko teknikak eta informatika-tresnak aplikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkataritza-ikerketan lortutako datuak kodetu, tabulatu eta grafikoki irudikatu ditu, jasotako zehaztapenen arabera.
- b) Zentrorako joeraren eta datuen barreiaduraren estatistika-neurri adierazgarrienak eta banaketaren forma irudikatzen duten neurriak kalkulatu ditu.
- c) Inferentzia estatistikoaren teknikak aplikatu ditu laginean lortutako emaitzak populazio osoari estrapolatzeko, konfiantza-maila jakin batekin eta laginaren errore-maila jakin bat onartuta.
- d) Konfiantza-tarteak eta laginketa-erroreak zehaztu ditu.
- e) Kalkulu-orriak erabili ditu datuak analizatzeko eta estatistika-neurriak kalkulatzeko.
- f) Garrantzizko ondorioak atera ditu egindako merkataritza-ikerketan lortutako informazioaren analisisa abiapuntu hartuta.
- g) Ikerketan lortutako datuak aurkeztu ditu, estatistika-taulen moduan behar bezala antolatuta eta irudikapen grafikorik egokienez hornituta.
- h) Estatistika-analisan lortutako emaitzekin eta ikerketaren ondorioekin txostenak egin ditu, informatika-tresnak erabilita.
- i) Ikerketaren emaitzak eta datuak datu-base batean sartu ditu, informazioa bizkor eta zehatz sartzeko, berreskuratzeko eta aurkezteko formatu egokienean.

8. Datu-base erlazionalak ikerketaren helburuen arabera kudeatzen ditu, eta, eginkizun horretan, informazioa bizkor eta zehatz sartzeko, berreskuratzeko eta aurkezteko formatu egokiak zehazten ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Datu-base bat osatzen duten elementuak, haien ezaugarriak eta merkataritza-ikerketari aplika dakizkiokeen utilitateak identifikatu ditu.
- b) Datu-base erlazional bat diseinatu du merkataritza-ikerketaren helburuen arabera.
- c) Datu-base batean erabilgarri dauden kontsulta motak identifikatu ditu, eta horietariko bakoitzaren funtzionaltasuna aztertu du.
- d) Datu-bilaketa aurreratuak eta hainbat motatako informazio-kontsulta gidatuak egin ditu.
- e) Datu-baseak kudeatzeko informatika-aplikazio baten utilitateak maneiatu ditu informazioa kontsultatzeko, prozesatzeko, editatzeko eta artxibatzeke, eta informazioaren segurtasuna, osotasuna eta konfidentzialtasuna mantentzeko.
- f) Informazioa aurkezteko hainbat formatu diseinatu ditu, erabilgarri dauden tresnak erabilia.
- g) Aurkeztu behar diren datuak identifikatu ditu, eta datu horiek dauzkaten fitxategiak zehaztu ditu edo eduki behar lituzketenak sortu ditu.
- h) Beharrezkoak diren txostenak edo etiketak sortu ditu, eta eskatutako informazioa ordenatuta eta sintetikoki aurkeztu du, haren funtzionaltasunerako formatu egokietan.
- i) Datuak sartzeko beharrezkoak diren inprimakiak sortu ditu, modu pertsonalizatuan edo sorrera automatizatuko tresnak erabilia.

c) Oinarrizko edukiak

1. ENPRESAREN INGURUNeko MERKATUAREN ALDAGAIK AZTERTZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-sistemaren aldagaiak identifikatzea, enpresak kontrola ditzakeenak eta kontrolatu ezin dituenak, merkataritza-estrategiak definitzeko eta aplikatzeko kontuan hartu behar direnak. - Mikroingurunearen faktore nagusiek antolakundearen merkataritza-jardueran dituzten ondorioak aztertzea. - Makroingurunearen aldagai nagusiek enpresaren edo antolakundearen merkataritza-jardueran duten inpaktua aztertzea. - Merkatuen jarduera arautzen duten edo bertan eragina duten antolakunde eta erakunde ekonomiko nagusiak identifikatzea. - Kontsumitzailearen beharrak aztertzea, eta haiek asetzeko hierarkiaren edo lehentasun-ordenaren arabera sailkatzea. - Kontsumitzailearen erosketa-prozesuaren faseak eta prozesu horretan eragina duten barneko eta kanpoko aldagaiak aztertzea. - Merkatuak segmentatzeko metodo nagusiak aplikatzea, hainbat irizpide erabilia. - Hainbat merkataritza-estrategia mota definitzea, merkatuaren segmentazioa aplikatuta.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-sistema. Aldagai kontrolagarriak eta kontrolaezinak. - Aldagai kontrolaezinak: merkatua eta ingurunea. - Merkatua: egitura eta mugak. Merkatuen sailkapena hainbat irizpideren arabera. - Makroingurune elementuen azterketa: ekonomikoa, demografikoa, soziokulturala, teknologikoa, ingurumenekoa eta politiko-legala. - Mikroingurune faktoreen azterketa: lehia, banatzaileak, hornitzaileak eta erakundeak. - Kontsumitzailearen portaeraren azterketa. Kontsumitzaile motak. - Kontsumitzailearen beharrak. Behar motak eta haien hierarkia. - Azken kontsumitzailearen erosteko prozesuaren azterketa. Faseak eta aldagaiak. - Kontsumitzaile industrialaren erosteko prozesuaren azterketa. Faseak eta aldagaiak.

	<ul style="list-style-type: none"> - Merkatuen segmentazioa: xedea, eskakizunak eta segmentazio-irizpideak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea. - Ohikoak ez diren inguruneetan konfiantzarekin eta beharrezkoak diren neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea. - Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea. - Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

2. MARKETINEKO INFORMAZIO SISTEMA (MIS) BAT KONFIGURATZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Enpresaren informazio-premiak zehaztea marketineko erabakiak hartzeko. - Informazioa haren izaeraren, datuen jatorriaren eta horien erabilgarritasunaren arabera sailkatzea. - Marketineko informazio-sistema bat osatzen duten azpisistemak ezaugarritzea, eta horietariko bakoitzaren funtzioak eta helburuak aztertzea. - Marketineko informazio-sistema batek prozesatu eta antolatzen dituen datuak identifikatzea. - Marketineko informazio-sistema batek izan behar dituen egokitasun-ezaugarriak, tamaina, xedea eta helburuak aztertzea, enpresaren edo antolakundearen informazio-premien arabera. - Datuak haien jatorri den informazio-iturriaren arabera sailkatzea. - Datuak tratatzeko, aztertzeko eta antolatzeko estatistika-teknikak aplikatzea, enpresaren edo antolakundearen erabakiak hartzeko informazio erabilgarria bihur daitezten. - Informatika-tresnak erabiltzea informazioa tratatzeko, erregistratzeko eta enpresaren datu-basean sartzeko, etengabe eguneratuta egon dadin, arin eta bizkor erabili eta kontsultatu ahal izateko.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Marketineko erabakiak hartzeko informazio-premia. - Informazio motak. Izaeraren, jatorriaren eta erabilgarritasunaren arabera. - Marketineko informazio-sistema (MIS). Kontzeptua eta helburua. - Marketineko informazio-sistemaren egitura. Hura osatzen duten azpisistemak. - Merkataritza-ikerketa. Kontzeptua eta helburua. - Merkataritza-ikerketaren aplikazioak. - Merkataritza-ikerketaren alderdi etikoak. ICC/ESOMAR kodea.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea. - Ohikoak ez diren inguruneetan konfiantzarekin eta beharrezkoak diren neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea. - Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea. - Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

3. MERKATARITZA IKERKETAKO PLANA LANTZEA

<p>prozedurazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-ikerketako azterketa bat egiteko premiari buruzko gogoeta egitea. - Merkataritza-ikerketako prozesu baten faseak identifikatzea. - Enpresan agertzen den eta ikertu nahi den arazoa edo aukera identifikatzea eta definitzea. - Egin behar den ikerketaren helburua ezartzea, eta informazio-premia, ikerketarako erabilgarri dagoen denbora eta ikerketaren emaitzak erabiliko dituen pertsona edo haien zertarakoa zehaztea. - Ikerketaren helburu orokorrak eta espezifikoak argi eta zehatz formulatzea, eta ikertu behar diren gaiak edo kontrastatuko diren hipotesiak izango balira bezala adieraztea. - Egin behar den diseinua edo ikerketa mota zehaztea, dela esploratzekoa, deskriptiboa edo kausala, lortu nahi diren helburuen arabera. - Ikerketa-plana lantzea, eta, horretarako, egin behar den azterketa mota, lortu behar den informazioa, datuen iturriak, informazioa lortzeko tresnak, datuak analizatzeko teknikak eta beharrezkoa den aurrekontua ezartzea. - Ikerketarako beharrezkoa den informazioa eman dezaketen lehen eta bigarren mailako informazio-iturriak identifikatzea, barnekoak eta kanpokoak, fidagarritasunari, adierazgarritasunari eta kostuari dagozkion irizpideak kontuan hartuta.
<p>kontzeptuzkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-ikerketaren prozesu metodologikoa. Prozesuaren faseak. - Ikertu behar den arazoa identifikatzea eta definitzea. - Ikerketaren helburua edo xedea definitzea. - Ikerketaren helburuak zehaztea: ikertu behar diren gaiak edo kontrastatu behar diren hipotesiak. - Merkataritza-ikerketako planaren ikerketaren diseinua eta lanketa. - Ikerketa-diseinu motak: esploratzeko azterketak, deskriptiboak eta esperimentalak. - Merkataritza-azterketa baten aurrekontua. - Informazio-iturriak: barnekoak eta kanpokoak, lehen mailakoak eta bigarren mailakoak.
<p>jarrerazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea. - Ohikoak ez diren inguruneetan konfiantzarekin eta beharrezkoak diren neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea. - Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea. - Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

4. ERABILGARRI DAGOEN BIGARREN MAILAKO INFORMAZIOA ANTOLATZEA

<p>prozedurazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>On line</i> eta <i>off line</i> informazio-iturrietako, merkatuen informazio-sistemetak eta barneko zein kanpoko datu-baseetako datuak hautatzea, merkataritza-ikerketako planean ezarritako irizpideen, epeen eta aurrekontuaren arabera. - Bigarren mailako iturrietatik lortutako datuen fidagarritasuna eta adierazgarritasuna ziurtatzeko eta definitutako kalitate-, gaurkotasun- eta segurtasun-estandarrak betetzen ez dituztenak baztertzeko
-----------------------	---

	<p>kontrol-prozedurak ezartzea.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bigarren mailako iturrietatik lortutako informazioa sailkatzea eta antolatzea, eta ordenatuta aurkeztea, ikerketan, landa-lanaren diseinuan edo datuen analisiko geroztiko fasean erabiltzeko. - Erabilgarri dagoen informazioa analizatzea, bai kuantitatiboki, ikerketa garatzeko nahikoa ote den zehazteko, eta bai kualitatiboki, baliagarritasuneko, fidagarritasuneko eta adierazgarritasuneko irizpideak aplikatuta, aztergairako egokia ote den ebaluatzeko. - Lortutako informazioa lehen mailako informazioarekin osatzeko premiak hautematea, eta, horretarako, ikerketa-planean planteatutako helburuen gogobetetze-maila bigarren mailako iturrietatik lortutako informazioarekin konparatzea. - Informazioa, emaitzak eta lortutako ondorioak ezarritako prozedurak erabilia prozesatzea eta artxibatzea, gero berreskuratu eta kontsultatzeko, haien osotasuna bermatzeko eta etengabe eguneratu ahal izateko.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Bigarren mailako informazioa lortzeko metodoak eta teknikak. - Bigarren mailako informazioaren iturriak hautatzeko irizpideak eta bilaketa-tresnak. - <i>On line</i> eta <i>off line</i> informazio-iturrietako eta barneko eta kanpoko datu-baseetako datuak lortzea. - Lortutako datuen antolamendua. - Informazioaren analisi kuantitatiboa eta kualitatiboa. - Datuen aurkezpena.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea. - Ohikoak ez diren inguruneetan konfiantzarekin eta beharrezkoak diren neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea. - Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea. - Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

5. LEHEN MAILAKO INFORMAZIOA LORTZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza- eta iritzi-azterketetan lehen mailako informazioa lortzeko teknikak eta prozedurak identifikatzea, merkataritza-ikerketako planean ezarritako irizpideen arabera. - Lehen mailako iturrietatik informazioa biltzeko metodoen fidagarritasuna eta kostu/mozkin erlazioa balioesteko funtsezko parametroak definitzea. - Sakoneko elkarrizketen, talde-dinamikaren, teknika proiektiboen, sormen-tekniken eta/edo behaketaren bidez informazio kualitatiboa lortzeko beharrezkoak diren tresnak zehaztea, eta haien egitura eta edukia definitzea. - Lehen mailako datuak lortzeko ad hoc inkesta motak bereiztea, eta, horretarako, inkesta pertsonalaren, posta bidezkoaren, telefono bidezkoaren edo Internet bidezkoaren abantailak eta eragozpenak aztertzea. - Inkesta pertsonaletan, telefono-inkestetan edo web bidezkoetan informatika-baliabideak (CAPI, MCAPI, CATI eta CAWI) erabiltzearen abantailak deskribatzea. - Datuak biltzeko prozedura eta teknika egokiena hautatzea, ikerketa-helburu, denbora eta aurrekontu jakin batzuk abiapuntu hartuta.
----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Informazioa lortzeko beharrezkoak diren galdetegiak eta elkarrizketaren edo inkestaren gida jasotako argibideen arabera diseinatzea, eta galderen idazkera, ulergarritasuna eta koherentzia, galdetegiaren luze-laburra eta inkestaren iraupena egiaztatzea, informatika-aplikazio egokiak erabilia. - Panelak lehen mailako informazio kuantitatiboa biltzeko tresna gisa deskribatzea, eta hainbat panel mota aztertzea: kontsumitzaileen panelak, xehekarien panelak eta entzuleriaren panelak.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lehen mailako iturrietatik informazioa biltzeko teknikak. - Ikerketa kualitatiboko teknikak: sakoneko elkarrizketak, talde fokalak (focus group), teknika proiektiboak, sormen-teknikak eta behaketa. - Ikerketa kuantitatiboko teknikak: inkestak, panelak, behaketa eta esperimendazioa. - Merkataritza-ikerketari aplikatutako informazioaren eta komunikazioaren teknologiak: CAPI, MCAPI, CATI eta CAWI. - Galdetegia: diseinatzeko metodologia.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea. - Ohikoak ez diren inguruneetan konfiantzarekin eta beharrezkoak diren neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea. - Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea. - Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

6. POPULAZIOAREN LAGINAREN EZAUGARRIAK ETA TAMAINA ZEHAZTEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-azterketa batean laginaren tamaina kalkulatzeko eragina duten aldagaiak identifikatzea. - Merkataritza-ikerketa batean populazioaren lagin adierazgarri bat hautatzeko aplikatu daitezkeen laginketa-metodoak eta -teknikak (probabilistikoa eta ez-probabilistikoa) ezaugarritzea, eta horien abantailak eta eragozpenak aztertzea. - Laginketa probabilistikoa eta ez-probabilistikoa teknikak konparatzeko aztertzea, eta haien abantailak eta eragozpenak adieraztea. - Ausazko laginketa bakuna garatzeko prozesua deskribatzea, eta haren abantailak eta berekin dakartzan mugak aztertzea. - Laginketa-prozesua deskribatzea, laginketa probabilistikoa teknikak aplikatzea (sistematikoa, geruzatua, arlokako laginketa edo konglomeratu-laginketa, etapa anitzekoa eta ausazko bidekoa), eta haien abantailak eta eragozpenak aztertzea. - Laginketa-prozesua aztertzea, hainbat laginketa-teknika aplikatuta: laginketa ez-probabilistikoa, komenentziazkoa, iritzizkoa, kuotazkoa eta elur-pilotazko laginketa. - Laginaren tamaina optimoa kalkulatzeko, eta haren ezaugarriak eta osatzen duten elementuak eta lagina lortzeko aplikatu daitezkeen prozedura zehaztea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Laginketaren oinarriko kontzeptuak: populazioa, unibertsoa, lagin-markoa, lagin-unitateak eta lagina. - Laginketa motak: probabilistikoa eta ez-probabilistikoa. - Laginketa-prozesu baten faseak. - Laginketa ausazkoak edo probabilistikoa: ausazko laginketa bakuna,

	<p>sistematikoa, geruzatua, konglomeratu-laginketa, arlokako laginketa eta ausazko bidekoa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Laginketa ez-probabilistikoak: komenentziazkoa, iritzizkoa, kuotazkoa eta elur-pilotazko laginketa. - Laginaren tamainan eragina duten faktoreak. Konfiantza-maila, laginketa-errorea eta bestelakoak. - Laginaren tamainaren kalkulua. - Inferentzia estatistikoa. - Lagin-erroreak eta laginaz bestelakoak. - Laginketa-errorearen kalkulua. - Puntu-zenbatespena eta tartezkoa. Konfiantza-tarteak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea. - Ohikoak ez diren inguruneetan konfiantzarekin eta beharrezkoak diren neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea. - Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea. - Prozesuaren faseetan zein datuen aurkezpenean ordena eta garbitasuna baloratzea.

7. DATUAK ESTATISTIKOKI AZTERTZEA ETA TRATATZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-ikerketan lortutako datuak kodetzea, tabulatzea eta grafikoki irudikatzea, jasotako zehaztapenen arabera. - Zentrorako joeraren eta datuen barreiaduraren estatistika-neurri adierazgarrienak eta banaketaren forma irudikatzen duten neurriak kalkulatzeko. - Inferentzia estatistikoaren teknikak aplikatzea laginean lortutako emaitzak populazio osoari estrapolatzeko, konfiantza-maila jakin batekin eta laginaren errore-maila jakin bat onartuta. - Konfiantza-tarteak eta laginketa-erroreak zehaztea. - Kalkulu-orriak erabiltzea datuak analizatzeko eta estatistika-neurriak kalkulatzeko. - Garrantziko ondorioak ateratzea egindako merkataritza-ikerketan lortutako informazioaren analisia abiapuntu hartuta. - Ikerketan lortutako datuak aurkeztea, estatistika-taulen moduan behar bezala antolatuta eta irudikapen grafikorik egokienez hornituta. - Estatistika-analisan lortutako emaitzekin eta ikerketaren ondorioekin txostenak egitea, informatika-tresnak erabilia. - Ikerketaren emaitzak eta datuak datu-base batean sartzeko, informazioa bizkor eta zehatz sartzeko, berreskuratzeko eta aurkezteko formaturik egokienean.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Datuen kodifikazioa eta tabulazioa. - Emaitzen irudikapen grafikoa. - Datu motak: kuantitatiboak eta kualitatiboak. Analisi-teknikak. - Estatistika deskriptiboak: zentrorako joeraren neurriak, sakabanatzearenak eta formarenak. - Erregresio linealeko eta korrelazio bakuneko teknikak. Kurben doikuntza. - Erregresio eta korrelazio anizkoitzeko teknikak. - Zenbaki indizeak. - Denborazko serieak. Joeren zenbatespena. Denborazko serieen deflazioa. - Analisi probabilistikoaren teknikak.

	<ul style="list-style-type: none"> - Hipotesi-kontrastea. - Laginaren emaitzak aztergai den populazioari estrapolatzea. - Datuen estatistika-analisiaren emaitzekin eta ikerketaren ondorioekin merkataritza-txostenak egitea. - Datu eta eranskin estatistikoen aurkezpena: taulak, koadroak eta grafikoak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea. - Ohikoak ez diren inguruneetan konfiantzarekin eta beharrezkoak diren neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea. - Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

8. DATU BASE ERLAZIONALAK KUDEATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Datu-base bat osatzen duten elementuak, haien ezaugarriak eta merkataritza-ikerketari aplika dakizkiokeen utilitateak identifikatzea. - Datu-base erlazional bat diseinatzea merkataritza-ikerketaren helburuen arabera. - Datu-base batean erabilgarri dauden kontsulta motak identifikatzea, eta horietariko bakoitzaren funtzionaltasuna aztertzea. - Datu-bilaketa aurreratuak eta hainbat motatako informazio-kontsulta gidatuak egitea. - Datu-baseak kudeatzeko informatika-aplikazio baten utilitateak maneiatzea informazioa kontsultatzeko, prozesatzeko, editatzeko eta artxibatzeko, eta informazioaren segurtasuna, osotasuna eta konfidentzialtasuna mantentzeko. - Informazioa aurkezteko hainbat formatu diseinatzea, erabilgarri dauden tresnak erabilia. - Aurkeztu behar diren datuak identifikatzea, eta datu horiek dauzkaten fitxategiak zehaztea edo eduki behar lituzketenak sortzea. - Beharrezkoak diren txostenak edo etiketak sortzea, eta eskatutako informazioa ordenatuta eta sintetikoki aurkeztea, haren funtzionaltasunerako formatu egokietan. - Datuak sartzeko beharrezkoak diren inprimakiak sortzea, modu pertsonalizatuan edo sorrera automatizatuko tresnak erabilia.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Datu-baseen egitura eta funtzioak. - Datu-base baten diseinua. - Datu-bilaketa aurreratuak. - Informazio-kontsulta gidatuak. - Datu-basea mantentzea eta eguneratzea.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea. - Ohikoak ez diren inguruneetan konfiantzarekin eta beharrezkoak diren neurriak hartuta moldatzeko autonomia izatea. - Komunikazio-truke batek ekar diezagukeena baloratzea eta errespetatzea.

d) Orientabide metodologikoak

Modulu hau irakatsi eta ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziazioa

Ibilbide didaktiko hau proposatzen da:

1. **multzoa:** *Enpresaren inguruneko merkatuaren aldagaiak aztertzea.*
2. **multzoa:** *Marketineko informazio-sistema (MIS) bat konfiguratzeko.*
3. **multzoa:** *Merkataritza-ikerketako plana lantzea.*
4. **multzoa:** *Erabilgarri dagoen bigarren mailako informazioa antolatzea.*
5. **multzoa:** *Lehen mailako informazioa lortzea.*
6. **multzoa:** *Populazioaren laginaren ezaugarriak eta tamaina zehaztea.*
7. **multzoa:** *Datuak estatistikoki aztertzea eta tratatzea.*
8. **multzoa:** *Datu-base erlazionalak kudeatzea.*

1. multzoak merkatua zer den definitzen du. Bertan, merkatuan esku hartzen duten aldagaiak, kontsumitzailearen portaera eta merkatuaren segmentazioa aztertzen dira.

2. multzoak enpresan erabakiak hartzeko informazio-premia aztertzen du, eta marketineko informazio-sistemaren eta merkataritza-ikerketaren kontzeptuak definitzen ditu.

3., 4., 5., 6. eta 7. multzoek merkataritza-ikerketa bat nola garatzen den aztertzen dute, alderdi zehatzei erreparatuta, arazoa identifikatzen eta definitzen denetik hasi eta azken txostena egin arte.

8. multzoak datu-base baten diseinua aztertzen du, hortik abiatuta egingo baitira bilaketa aurreratuak eta informazio-kontsultak.

Gomendatutako sekuentziazioa adierazitako multzoen ordena logikoarekin ezartzen dena izango litzateke.

Eduki berak jasotzen dituzten moduluak irakasten dituen irakasle taldea koordinatu egin beharko da, moduluen arteko gainjartzerik gerta ez dadin. Bereziki "**Marketin-politikak**" modulua irakasten duenarekin. Gainera, gomendagarria da "**Merkataritza-ikerketa**" moduluan sakonkiago garatzea kontsumitzailearen portaera eta merkatuaren segmentazioa aztergai duten atalak.

2) Alderdi metodologikoak

Modulu hau egituratu eta antolatzean, eduki-multzoetan adierazitako prozedurek irakasteko prozesua bideratzea proposatzen da. Eduki mota horretan arreta berezia jartzea izan daiteke, beharbada, garatu nahi diren helburuekin koherentziarik handiena gordetzen duen aukera. Horrek ez du esan nahi kontzeptuzko eta jarrerazko edukiak gutxiesten direnik, ezinbestekotzat jotzen baitira sustatzen diren jakintzak erabilerakoak izan daitezten, eduki horiek prozedura haiek menderatzearen ondorio diren premien mende jarri behar direla baizik.

Hezkuntza-jarduerak kontzeptuak prozeduretan aplikatzea izan beharko dute helburu. Edukiak praktikan jartzeko modu ugari daude, baina modulu honetan ezin erabilgarriagoa da kasu praktikoen azterketa.

Kasu praktikoen azterketak benetako egoerak simulatzeko aukera ematen du. Simulatutako egoera horietan, gainera, programatutako edukiek esku hartuko duten prozesuak gauzatu beharko dira.

Bestalde, sarritan aldez aurretik asimilatu beharko dira kasu praktikoen azterketari arrakastaz aurre egiteko beharrezkoak diren edukiak, eta, horretarako, beste zenbait agertokitan jardun behar izango da: azalpena, instrukzioa, aurkikuntza bidezko ikaskuntza, ikerketa, eta abar.

Horri dagokionez, adierazi beharra dago agertokiak txandakatzeak aukera emango duela ikaskuntza modu dinamikoagoan garatzeko, zeren, modu horretan, ikasleen arretari eustea lortuko baitugu eta ahalik eta gehien aprobetxatuko baititugu ikasteko aukerak.

Azkenik, adierazi beharra dago ahalik eta eduki kopuru handiena biltzen duten jarduera globalak direla ikaskuntza esanguratsua erdiesten gehien laguntzen dutenak. Hori dela-eta, laguntza handikoa izango litzateke merkataritza-ikerketa oso bat garatuko duen lan bat taldean egitea.

Beharrezkoa da ikasleak erabaki gero eta konplexuagoak hartzen inplikatzeko, jakintza berriak eskuratzen dituzten heinean, gero eta erantzukizun handiagoa eskatuko zaie-eta.

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

- ✓ Enpresaren inguruneko merkatuaren aldagaiak aztertzea:
 - Enpresen edo antolakundearen makroingurunearen eta mikroingurunearen aldagaiak aztertzea.
 - Merkatua eta kontsumitzailearen portaera aztertzea.
- ✓ Marketineko informazio-sistema (MIS) bat konfiguratzeko:
 - Marketineko informazio-sistema (MIS) baten egitura eta edukia aztertzea.
- ✓ Merkataritza-ikerketako plana lantzea:
 - Lehen mailako eta bigarren mailako iturrietatik informazioa biltzeko teknikak aztertzea.
 - Merkataritza-ikerketa baterako lan-plana egitea.
- ✓ Erabilgarri dagoen bigarren mailako informazioa antolatzea:
 - Bigarren mailako informazioaren iturrietatik datuak lortzea.
- ✓ Lehen mailako informazioa lortzea:
 - Inkestetarako galdetegiak egitea, informatika-aplikazioak erabilia.
 - Merkataritza-jarduerarekin erlazionatutako lehen mailako informazioa lortzea.
- ✓ Populazioaren laginaren ezaugarriak eta tamaina zehaztea:
 - Populazioaren lagin adierazgarri baten tamaina eta ezaugarriak zehaztea.
- ✓ Datuak estatistikoki aztertzea eta tratatzea:
 - Datuak estatistika-teknikak aplikatuta tabulatzea, tratatzea eta aztertzea.
 - Informazioa tratatzeko eta aztertzeko informatika-aplikazioak erabiltzea.
 - Merkataritza-txostenak egitea, informatika-tresnak erabilia.
- ✓ Datu-base erlazionalak kudeatzea:
 - Datu-baseak sortzea eta mantentzea, merkataritza-ikerketan lortutako informazioa biltzeko.

8. lanbide-modulua

MERKATARITZA IKERKETAKO LANDA LANA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Merkataritza-ikerketako landa-lana
Kodea:	1011
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	80 ordu
Kurtoa:	2.a
Kreditu kop.:	6
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-prozesuak (Lanbide Heziketako irakasle teknikoa)
Modulu mota:	Kompetentzia-atal hauei lotuta dago: UC0994_3: Inkestatzaileen jardura antolatzea eta kontrolatzea. UC0995_2: Inkestak eta/edo elkarrizketak egitea, ezarritako teknikak eta prozedurak erabilia.
Helburu orokorrak:	6 / 7 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24 / 25

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

1. Inkestatzaileen/elkarrizketatzaileen landa-lana planifikatzen du, eta, eginkizun horretan, beharrezkoak diren bitartekoak eta baliabideak eta jarduteko jarraibideak ezartzen ditu ikerketa-planaren arabera.

Ebaluazio-irizpideak:

- Merkatu- eta iritzi-ikerketa baten landa-laneko plana egin du, eta helburuak, beharrezko baliabideak eta prozesuaren faseak finkatu ditu, datuak lortzeko bidearen eta moduaren arabera.
- Helburuen araberrako zuzendaritzaren xedea zehaztu du, helburuen definizioari, erantzukizunei, kompetentzia pertsonalei, epeei, motibazioari, laguntza tekniko-emozionalari eta erabakiak hartzeari dagokienez.
- Helburu kolektiboak eta bakarkakoak taldeko kideen artean banatzeko metodoa ezarri du, eta erantzukizun partekatua eta kudeaketako eta informazioko gardentasuna sustatu ditu.
- Komunikazio-teknikak, aurkezpenekoak eta talde-bilerak aplikatu ditu helburuak eta landa-laneko plana taldeko kideei azaltzeko.
- Landa-lana egiteko beharrezkoak diren baliabideak ezarri ditu, bitartekoaren eta inkesta motaren arabera (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI eta CAWI, besteak beste).

- f) Landa-lana aurreikusitako epean programatu du, ikerketa-planaren helburuak betetzeko, kronogramak eta zereginak kudeatzeko aplikazioak erabilia.
- g) Taldeko kide bakoitzaren landa-koadernoan egin du, eta landa-lanaren helburuak, egin behar den elkarrizketa kopurua eta elkarrizketen iraupena ezarri ditu, laneko araudiaren eta laneko arriskuen prebentzioari buruzkoaren arabera.
- h) Inkestatzaile bakoitzaren ibilbide-orria planifikatu du, eta elkarrizketatu behar diren pertsonak fisikoki lokalizatzeko eta/edo, hala badagokio, hautatzeko argibideak ezarri ditu.

2. Landa-langileen ezaugarriak eta inkestatzaileak hautatzeko irizpideak zehazten ditu, merkataritza-ikerketako planaren beharrak eta eskakizunak kontuan hartuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkataritza-azterketa jakin baten landa-lana egiteko beharrezkoa den inkestatzaile kopurua zehaztu du.
- b) Landa-langileen lanpostuak deskribatu ditu, eta inkestatzaileek/elkarrizketatzaileek garatu behar dituzten zereginak eta funtzioak definitu ditu.
- c) Hautagaien profila deskribatu du, eta inkestatzaileei/elkarrizketatzaileei eskatzen zaizkien ezaugarriak definitu ditu, merkataritza-ikerketako planaren helburu eta eskakizunen arabera.
- d) Inkestatzaile/elkarrizketatzaile izateko hautagaiak biltzeko ekintzak zehaztu ditu.
- e) Landa-langileak hautatzeko erabili behar diren irizpideak, prozedura eta tresnak ezarri ditu.
- f) Datu-base bat sortu du lehen hautaketan hartutako hautagaien informazioarekin, eta haien konfidentzialtasuna eta beste merkataritza-azterketa batzuetarako prestasuna ziurtatu du.
- g) Lehen hautaketan hartutako hautagaien datu-basea eguneratuta mantendu du, eta prozesuan edo geroztiko ikerketetan izan litezkeen bajak estaltzeko inkestatzaileen poltsa eratu du.

3. Inkestatzaile-talde bat prestatzeko, hobetzeko eta birziklitzeko planak definitzen ditu, hautemandako beharrak eta jasotako zehaztapenak kontuan hartuta, inkestatzaileen trebakuntza, eraginkortasuna eta efizientzia hobetzeko.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Landa-lana efizientziaz eta eraginkortasunez egiteko, inkestatzaile-taldearen prestakuntza-beharrak, bakarkakoak eta taldekoak, hauteman ditu.
- b) Inkestatzaileen prestakuntza-planaren helburuak finkatu ditu, merkataritza-ikerketaren helburuen eta hautemandako beharren arabera.
- c) Inkestatzaile/elkarrizketatzaile taldea prestatzeko beharrezkoak diren bitartekoak eta baliabideak zehaztu ditu, ezarritako prestakuntza-helburuen arabera.
- d) Inkestatzaileen hasierako prestakuntzako plana diseinatu du, ikerketaren helburuen, datuak biltzeko metodoen, galdetegi motaren, egin behar den lanaren eskakizunen eta aurrekontu erabilgarriaren arabera.
- e) Inkestatzaileen prestakuntza, bai teorikoa bai landa-lanekoa, programatu du, lana antolatzeko eta zereginak programatzeko teknikak aplikatuta.
- f) Aplika daitekeen metodologia didaktikoa zehaztu du, eta taldearen ezaugarrietara, hautemandako prestakuntza-beharretara eta ezarritako helburuetara egokitu du.
- g) Inkestatzaile-taldea etengabe prestatzeko, hobetzeko eta eguneratzeko plana landu du, eta antolakundearen helburu eta beharretara egokitu du, ezarritako aurrekontuaren arabera.

- h) Inkestatzaileen prestakuntza-plana ebaluatu du, eta haien trebakuntza eta profesionalizazioa zehazten duten jakintzak eta konpetentziak zein neurritan eskuratu dituzten baloratu du.

4. Inkestatzaile/elkarrizketatzaile taldea motibatzeke eta ordaintzeko sistema bat ezartzen du, ikerketa-plana errazago betetzeko.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Antolakundeak helarazi nahi dituen balioak eta ikerketa-planaren helburuak ezarri ditu, eta estrategiak eta portaerak haien arabera egokitu ditu.
- b) Lan-taldeein aplikatu dakizkiekeen aginte- eta lidergo-estiloak identifikatu ditu, eta talde-dinamikako teknikak proposatu ditu talde-lanerako.
- c) Inkestatzaile-taldeko kideen profilarren eta taldearen dinamizazioan eta motibazioan betetzen dituzten rolen arteko analisi konparatiboa egin du.
- d) Landa-laneko buruak eta/edo inkestatzaile/elkarrizketatzaile talde baten arduradunak izan behar dituen lanbide-konpetentziak eta konpetentzia pertsonalak identifikatu ditu.
- e) Inkestatzaile/elkarrizketatzaile talde baten laneko motibazioaren eta gogobetetasunaren alderdi eta elementu nagusiak zehaztu ditu.
- f) Landa-langileentzako pizgarri ekonomikoak ezarri ditu, aurrez finkatutako errendimendu- eta produktibitate-parametro ezagun eta ebaluagarrien arabera.
- g) Inkestatzaile-taldeen benetako lanaldia eta ohiko ordaintze-moduak aztertu ditu, hainbat lan-egoeraren arabera.
- h) Landa-laneko taldearen ordaintze-sistema egokiena ezarri du, ikerketa-planaren eskakizunak eta antolakunde giza baliabideen politika kontuan hartuta.

5. Inkesta egiteko jasotako argibideak eta galdetegiak interpretatzen ditu, eta erabilgarri dauden bitartekoak eraginkortasunez erabiltzen ditu erantzunen zehaztasuna eta baliozkotasuna bermatzeko.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Galdetegiak, argibideak eta inkestaren gainerako elementuak identifikatu ditu, eta arreta berezia eskaini die galdera motei, laguntzako dokumentazioari eta inkestak egiteko araudiari eta kode etikoei.
- b) Galdetegiak behin eta berriz errepikatu ditu, haren edukiarekin ohitu arte, zalantzak identifikatu ditu eta konponbideak bilatu ditu laguntzako materialarekin.
- c) Landa-laneko planean ezarritako arauak eta irizpideak aplikatu ditu, inkestatuak lokalizatzeko, haiekin harremanetan jartzeko eta hautatzeko, bitartekoen eta inkesta-modalitatearen arabera (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI eta CAWI, besteak beste).
- d) Inkesta egiteko lanak simulatu ditu, galderen ordena, erritmoa eta laneko koadernoan zenbatetsitako denbora errespetatuta, eta inkestatuak emandako informazioa lerra lezaketen aurreiritziak eta interpretazio-balorazioak saihestu ditu.
- e) Galdetegiak bete du eta erantzunak inprimakian edo informatika-euskarrian erregistratu edo grabatu ditu, inkestatuaren datu pertsonalak barne, datuak babesteko arauak, ESOMAR kode etikoak eta beste zenbait betez.
- f) Inkestatuen arreta eta konfiantza lortzeko haien aurrean hartu behar den jarrera ezarri du, betiere haien eskubideak errespetatuta, ESOMAR kode etikoaren eta beste zenbaiten arabera, informazioa fidagarria, egiazkoa eta aztergairako egokia izan dadin.
- g) Inkestan zehar sortutako gorabehera, kexa eta erreklamazioei arduraz eta eraginkortasunez erantzun eta konponbidea aurkitu die, laneko planean

ezarritakoaren arabera, eta, behar izanez gero, ikerketaren arduradunaren laguntza eskatu du.

- h) Txostenak egin ditu gorabeheren, erreklamazioen eta hartutako konponbideen ondorio den informazioarekin, informatika-aplikazioak erabilia.

6. Landa-lana eta taldeko kideen jarduera ebaluatzeko eta kontrolatzeko sistema ezartzen du, eta, horretarako, prozesuaren kalitatea ziurtatzeko gainbegiratze- eta kontrol-teknikak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- Galdetegiak guztiz bete direla egiaztatu du, bete ez diren alderdiak identifikatu ditu, eta haiek baliozkotzeko neurri zuzentzaileak proposatu ditu.
- Egindako inkestak eta erantzun-kuotak bete direla egiaztatu du, merkataritza-ikerketako planean ezarritako mailen arabera.
- Datu-bilketa kontrolatzeko sistema ezarri du, ibilbide eta egun bakoitzean eta elkarrizketatzaile bakoitzak elkarrizketatutakoekin lagin bat egiaztatuta, inkestan lortutako datuen egiazkotasuna ziurtatzeko.
- Harreman-moduak eta lagin-kuotak etengabe kontrolatzeko sistemak ezarri ditu, inkestatutakoak azterketak eskatzen duen profilararekin bat datozela bermatzeko.
- Taldeko kide bakoitzak lortutako datuak taldearen batez bestekoekin eta antolakundearen batez bestekoekin konparatu ditu, eta hautemandako desbideratzeak aurreikusitako helburuak lortzera bideratzeko neurri zuzentzaileak proposatu ditu.
- Taldeko kide bakoitzaren landa-lana ebaluatu du eta, egokitu denean, hobekuntza-proposamenak egin ditu eta inkestatzaileen primak edo ordainsariak proposatu ditu emaitzen arabera.
- Landa-lanaren jarraipenari eta kontrolari buruzko txostenak idatzi ditu, jasotako zehaztapenen arabera, informazioa interpretatzen lagunduko duten grafikoak eta taulak sartuta eta informatika-aplikazio egokiak erabilia.
- Txostenean helburuen eta hautemandako akatsen ebaluazioa jaso du, eta, egokitu denean, gomendioak, iradokizunak eta/edo hobekuntza-proposamenak sartu ditu.

c) Oinarrizko edukiak

1. MERKATARITZA IKERKETA BATEN LANDA LANA PLANIFIKATZEA

prozedurazkoak

- Merkatu- eta iritzi-ikerketa baten landa-laneko plana egitea, eta helburuak, beharrezko baliabideak eta prozesuaren faseak finkatzea, datuak lortzeko bidearen eta moduaren arabera.
- Helburuen araberako zuzendaritzaren xedea zehaztea, helburuen definizioari, erantzukizunei, konpetentzia pertsonalei, epeei, motibazioari, laguntza tekniko-emozionalari eta erabakiak hartzeari dagokienez.
- Helburu kolektiboak eta bakarkakoak taldeko kideen artean banatzeko metodoa ezartzea, eta erantzukizun partekatua eta kudeaketako eta informazioko gardentasuna sustatzea.
- Komunikazio-teknikak, aurkezpenekoak eta talde-bilerak aplikatzea helburuak eta landa-laneko plana taldeko kideei azaltzeko.
- Landa-lana egiteko beharrezkoak diren baliabideak ezartzea, bitartekoaren eta inkesta motaren arabera (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI eta CAWI, besteak beste).
- Landa-lana aurreikusitako epean programatzea, ikerketa-planaren helburuak betetzeko, kronogramak eta zereginak kudeatzeko

	<p>aplikazioak erabilia.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Taldeko kide bakoitzaren landa-koaderno egitea, eta landa-lanaren helburuak, egin behar den elkarrizketa kopurua eta elkarrizketen iraupena ezartzea, laneko araudiaren eta laneko arriskuen prebentzioari buruzkoaren arabera. - Inkestatzaile bakoitzaren ibilbide-orria planifikatzea, eta elkarrizketatu behar diren pertsonak fisikoki lokalizatzeko eta/edo, hala badagokio, hautatzeko argibideak ezartzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkatu-ikerketaren bateko landa-laneko plana. - Merkataritza-azterketa bateko landa-lanaren faseak. - Landa-lanaren helburuak. - Landa-lanerako beharrezko bitartekoak eta baliabideak, bitartekoaren eta inkesta motaren arabera (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI eta CAWI). - Landa-laneko taldeari bakarkako eta taldeko helburuak esleitzeko teknikak. - Landa-lana programatzeko teknika. - Inkestatzaileen landa-koaderno egiteko teknika. - Inkestatzaileen lurralde-banaketa. - Lagineko elementuak lokalizatzeko eta/edo hautatzeko prozedura. Ibilbide-orriak. - Landa-laneko osasuna eta arriskuen prebentzioa.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea. - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatze eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea.

2. LANDA LANGILEEN EZAUGARRIAK ETA INKESTATZAILEAK HAUTATZEKO IRIZPIDEAK ZEHAZTEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-azterketa jakin baten landa-lana egiteko beharrezkoa den inkestatzaile kopurua zehaztea. - Landa-langileen lanpostuak deskribatzea, eta inkestatzaileek/elkarrizketatzaileek garatu behar dituzten zereginak eta funtzioak definitzea. - Hautagaien profila deskribatzea, eta inkestatzaileei/elkarrizketatzaileei eskatzen zaizkien ezaugarriak definitzea, merkataritza-ikerketako planaren helburu eta eskakizunen arabera. - Inkestatzaile/elkarrizketatzaile izateko hautagaiak biltzeko ekintzak zehaztea. - Landa-langileak hautatzeko erabili behar diren irizpideak, prozedura eta tresnak ezartzea. - Datu-base bat sortzea lehen hautaketan hartutako hautagaien informazioarekin, eta haien konfidentzialtasuna eta beste merkataritza-azterketa batzuetarako prestasuna ziurtatzea. - Lehen hautaketan hartutako hautagaien datu-basea eguneratuta mantentzea, eta prozesuan edo geroztiko ikerketetan izan litezkeen bajak estaltzeko inkestatzaileen poltsa eratzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Inkestatzaileei eskatzen zaizkien ezaugarriak, trebetasunak eta jakintzak. - Landa-langileak hautatzeko prozesuaren faseak. - Inkestatzaile/elkarrizketatzaile lanpostuaren ezaugarriak.

	<ul style="list-style-type: none"> - Inkestatzailearen/elkarrizketatzailearen lanbide-profilaren ezaugarriak. Profesiograma. - Inkestatzaile/elkarrizketatzaile talde bat erakartzea eta hautatzea.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea. - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatzeko eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea.

3. INKESTATZAILE TALDE BAT PRESTATZEKO, HOBETZEKO ETA BIRZIKLATZEKO PLANAK DEFINITZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Landa-lana efizientziaz eta eraginkortasunez egiteko, inkestatzaile-taldearen prestakuntza-beharrak, bakarkakoak eta taldekoak, hautematea. - Inkestatzaileen prestakuntza-planaren helburuak finkatzea, merkataritza-ikerketaren helburuen eta hautemandako beharren arabera. - Inkestatzaile/elkarrizketatzaile taldea prestatzeko beharrezkoak diren bitartekoak eta baliabideak zehaztea, ezarritako prestakuntza-helburuen arabera. - Inkestatzaileen hasierako prestakuntzako plana diseinatzea, ikerketaren helburuen, datuak biltzeko metodoen, galdetegi motaren, egin behar den lanaren eskakizunen eta aurrekontu erabilgarriaren arabera. - Inkestatzaileen prestakuntza, bai teorikoa bai landa-lanekoa, programatzea, lana antolatzeko eta zereginak programatzeko teknikak aplikatuta. - Aplikatu daitezkeen metodologia didaktikoa zehaztea, eta taldearen ezaugarrietara, hautemandako prestakuntza-beharretara eta ezarritako helburuetara egokitzea. - Inkestatzaile-taldea etengabe prestatzeko, hobetzeko eta eguneratzeko plana lantzea, eta antolakundearen helburu eta beharretara egokitzea, ezarritako aurrekontuaren arabera. - Inkestatzaileen prestakuntza-plana ebaluatzea, eta haien trebakuntza eta profesionalizazioa zehazten duten jakintzak eta kompetentziak zein neurritan eskuratu dituzten baloratzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Landa-laneko taldearen prestakuntza-beharrak. - Merkataritza-taldeak prestatzeko metodoak eta helburuak. - Inkestatzaileen hasierako prestakuntzako planak. - Landa-laneko taldeak etengabe prestatzeko, hobetzeko eta eguneratzeko programak. - Inkestatzaileen prestakuntza teoriko-praktikoa eta lekuan bertako prestakuntza. - Prestakuntza-planen ebaluazioa.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea. - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatzeko eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea.

4. LANDA LANEKO TALDEA MOTIBATZEKO ETA ORDAINTZEKO SISTEMAK

<p>prozedurazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Antolakundeak helarazi nahi dituen balioak eta ikerketa-planaren helburuak ezartzea, eta estrategiak eta portaerak haien arabera egokitzea. - Lan-taldeei aplikatu dakizkiekeen aginte- eta lidergo-estiloak identifikatzea, eta talde-dinamikako teknikak proposatzea talde-lanerako. - Inkestatzaile-taldeko kideen profilaren eta taldearen dinamizazioan eta motibazioan betetzen dituzten rolen arteko analisi konparatiboa egitea. - Landa-laneko buruak eta/edo inkestatzaile/elkarrizketatzaile talde baten arduradunak izan behar dituen lanbide-kompetentziak eta kompetentzia pertsonalak identifikatzea. - Inkestatzaile/elkarrizketatzaile talde baten laneko motibazioaren eta gogobetetasunaren alderdi eta elementu nagusiak zehaztea. - Landa-langileentzako pizgarri ekonomikoak ezartzea, aurrez finkatutako errendimendu- eta produktibitate-parametro ezagun eta ebaluagarrien arabera. - Inkestatzaile-taldearen benetako lanaldia eta ohiko ordainketa-moduak aztertzea, hainbat lan-egoeraren arabera. - Landa-laneko taldearen ordainketa-sistema egokiena ezartzea, ikerketa-planaren eskakizunak eta antolakundeko giza baliabideen politika kontuan hartuta.
<p>kontzeptuzkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aginte- eta lidergo-estiloak. - Inkestatzaile-taldearen lidergoa eta dinamizazioa. - Taldeen dinamikako eta zuzendaritzako teknikak. - Landa-laneko taldearen motibazioa. - Laneko motibazioaren eta gogobetetasunaren elementuak. - Pizgarri ekonomikoak. - Baldintzen hobekuntza eta barne-sustapena. - Lanbideko prestakuntza eta sustapena. - Landa-laneko taldeen harremanetako gatazka-egoerak. - Gatazka-egoerei konponbidea aurkitzeko teknikak. - Alderdien arteko negoziazioa eta adostasuna. - Adiskidetzea, bitartekotza eta arbitrajea. - Taldean erabakitze metodoak. - Landa-laneko taldearen ordainketa eta errendimendua. - Inkestatzaile/elkarrizketatzaile taldearen ordainketa-sistemak.
<p>jarrerazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea. - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatze eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea.

5. INKESTA EGITEKO ARGIBIDEAK ETA GALDETEGIA INTERPRETATZEA

<p>prozedurazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Galdetegia, argibideak eta inkestaren gainerako elementuak identifikatzea, eta arreta berezia eskaintzea galdera motei, laguntzako dokumentazioari eta inkestak egiteko araudiari eta kode etikoei. - Galdetegia behin eta berriz errepikatzea, haren edukiarekin ohitu arte,
-----------------------	--

	<p>zalantzak identifikatzea eta konponbideak bilatzea laguntzako materialarekin.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Landa-laneko planean ezarritako arauak eta irizpideak aplikatzea, inkestatuak lokalizatzeko, haiekin harremanetan jartzeko eta hautatzeko, bitartekoen eta inkesta-modalitatearen arabera (PAPI, CAPI, MCAPI, CATI eta CAWI, besteak beste). - Inkesta egiteko lanak simulatzea, galderen ordena, erritmoa eta laneko koadernoan zenbatetsitako denbora errespetatuta, eta inkestatuak emandako informazioa lerra lezaketen aurreiritziak eta interpretazio-balorazioak saihestea. - Galdetegia betetzea eta erantzunak inprimakian edo informatika-euskarrian erregistratu edo grabatzea, inkestatuaren datu pertsonalak barne, datuak babesteko arauak, ESOMAR kode etikoak eta beste zenbait betez. - Inkestatuen arreta eta konfiantza lortzeko haien aurrean hartu behar den jarrera ezartzea, betiere haien eskubideak errespetatuta, ESOMAR kode etikoaren eta beste zenbaiten arabera, informazioa fidagarria, egiazkoa eta aztergairako egokia izan dadin. - Inkestan zehar sortutako gorabehera, kexa eta erreklamazioei arduraz eta eraginkortasunez erantzun eta konponbidea aurkitzea, laneko planean ezarritakoaren arabera, eta, behar izanez gero, ikerketaren arduradunaren laguntza eskatzea. - Txostenak egitea gorabeheren, erreklamazioen eta hartutako konponbideen ondorio den informazioarekin, informatika-aplikazioak erabilia.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Inkesta-metodoak. - Inkesta pertsonala. Paper-euskarriko inkesta-pertsonala (PAPI) eta ordenagailuz lagundutako inkesta pertsonala (CAPI eta MCAPI). - Telefono-inkesta. Ordenagailuz lagundutako telefono-inkesta (CATI). - Internet bidezko inkesta. Ordenagailuz lagundutako <i>on line</i> inkesta (CAWI). - Posta bidezko inkesta. Berezitasunak. Aurkezpen-gutuna. - Galdetegia. Galdetegiaren atalak eta elementuak. Galdetegi motak. - Galdetegia diseinatzeko metodologia. - Galdetegiaren aurre-testa. - Elkarrizketaren ingurunea. Elkarrizketaren gida eta ikerketaren argumentarioa. Landa-laneko koadernoak. - Prozesuaren faseak eta elkarrizketa baten garapena. - Inkestatuen eskubideak eta betebeharrak. - Datuak inkesta bidez lortzeko kode etikoak. ESOMAR kodea eta beste zenbait. - Landa-laneko arazoaren konponbidea: errefusatzeak eta absentziak. - Inkestan zehar sortutako gorabeherak eta erreklamazioak. - Inkestan erreklamazio eta kexei konponbidea aurkitzeko teknikak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea. - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatuzko eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea.

6. LANDA LANA ETA LAN TALDEKO KIDEEN JARDUERA EBALUATZEKO SISTEMA

prozedurazkoak - Galdetegiak guztiz bete direla egiaztatzea, bete ez diren alderdiak

	<p>identifikatzea, eta haiek baliozkotzeko neurri zuzentzaileak proposatzea.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Egindako inkestak eta erantzun-kuotak bete direla egiaztatzea, merkataritza-ikerketako planean ezarritako mailen arabera. - Datu-bilketa kontrolatzeko sistema ezartzea, ibilbide eta egun bakoitzean eta elkarrizketatzaile bakoitzak elkarrizketatutakoen lagin bat egiaztatuta, inkestan lortutako datuen egiazkotasuna ziurtatzeko. - Harreman-moduak eta lagin-kuotak etengabe kontrolatzeko sistemak ezartzea, inkestatutakoak azterketak eskatzen duen profilarekin bat datozela bermatzeko. - Taldeko kide bakoitzak lortutako datuak taldearen batez bestekoekin eta antolakundearen batez bestekoekin konparatzea, eta hautemandako desbideratzeak aurreikusitako helburuak lortzera bideratzeko neurri zuzentzaileak proposatzea. - Taldeko kide bakoitzaren landa-lana ebaluatzea eta, hala badagokio, hobekuntza-proposamenak egitea eta inkestatzaileen primak edo ordainsariak proposatzea emaitzen arabera. - Landa-lanaren jarraipenari eta kontrolari buruzko txostenak idaztea, jasotako zehaztapenen arabera, informazioa interpretatzen lagunduko duten grafikoak eta taulak sartuta eta informatika-aplikazio egokiak erabilia. - Txostenean helburuen eta hautemandako akatsen ebaluazioa jasotzea, eta, hala badagokio, gomendioak, iradokizunak eta/edo hobekuntza-proposamenak sartzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Landa-lana gainbegiratzeko eta kontrolatzeko irizpideak eta teknikak. - Galdetegiak egiaztatzeko prozesua: datuen edizioa, erregistroa, kodifikazioa eta transferentzia. - Galdetegiak zuzentzeko eta baliozkotzeko neurriak. - Inkestatzaileen jarduera eta lanaren kalitatea ebaluatzeko teknika. - Kontrol-ratioak. - Hobetzeko eta akatsak konpontzeko proposamenak. - Inkestatzaileen jarduera ebaluatzeko eta kontrolatzeko txostenak. - Landa-lana kontrolatzeko txostenak egiteko teknika, helburuen eta hautemandako akatsen ebaluazioa jasota eta informatika-aplikazioak erabilia.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea. - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatzeko eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea.

d) Orientabide metodologikoak

Modulu hau irakatsi eta ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziazioa

Modulu honetako ikaskuntzaren emaitzak ondoren azaltzen diren eduki-multzoekin erlazionatuta daude:

1. multzoa: *Merkataritza-ikerketaren landa-lana planifikatzea.*

2. multzoa: *Landa-langileen ezaugarriak eta inkestatzaileak hautatzeko irizpideak zehaztea.*

3. multzoa: *Inkestatzaile-talde bat prestatzeko, hobetzeko eta birziklatzeko planak definitzea.*

4. multzoa: *Landa-laneko taldea motibatuzko eta ordaintzeko sistemak.*

5. multzoa: *Inkesta egiteko argibideak eta galdetegia interpretatzea.*

6. multzoa: *Landa-lana eta lan-taldeko kideen jarduera ebaluatzeneko sistema.*

Egokia izan daiteke modulu honen sekuentziazioa multzoen xehetasunean aurkeztutako ordenaren arabera egitea.

Lehenik, **1. multzoa** irakatsiko litzateke. Eginkizun horretan, merkataritza-ikerketaren landa-laneko plan bat nola lantzen den deskribatuko da, eta erdietsi beharreko helburuak, plana behar bezala garatzeko beharrezkoak diren baliabideak eta osatzen duten faseak finkatuko dira.

Ondoren, **2. multzoa** irakatsiko litzateke. Eginkizun horretan, landa-lan hori egingo duen langile kopurua eta langileok izan behar dituzten ezaugarriak zehaztuko dira, eta haiek erakartzeko eta hautatzeko irizpideak zein diren finkatuko da.

Irakatsi beharreko hurrengoa **3. multzoa** izango litzateke. Multzo horretan, landa-lan hori egingo duten lan-taldeko kideen prestakuntza-beharrak zehazten dira, eta behar horiek aseko dituen prestakuntza-plana ezartzen da.

Ondoren, **4. multzoa** garatuko litzateke. Bertan, aginte- eta lidergo-estiloak eta landa-laneko taldeei aplikatu dakizkiekeen motibazio- eta ordainketa-sistemak aztertzen dira.

5. multzoan, bestalde, erabil daitezkeen inkesta-metodoak aztertzen dira, baita galdetegiaren diseinuarekin eta egiturarekin erlazionatutako guztia ere.

Azkenik, **6. multzoan** landa-lana eta lan-taldeko kideen jarduera ebaluatzeneko sistemak aztertuko lirateke: gainbegiratzeko teknikak, galdetegiak egiaztatzea, kontrol-ratioak, eta txostenak egitea.

Zikloko gainerako irakasleekin koordinatzea gomendatzen da, gainjartzerik gerta ez dadin, bereziki "**Merkataritza-ikerketak**" moduluko edukiekin.

2) Alderdi metodologikoak

Komenigarritzat jotzen da, lehenbizi, unitate didaktiko bakoitzaren aurkezpena egitea, ikasleak modulu osoaren ikuspegi globala izan dezan.

Ez dira nahasi behar ikasgelan garatuko diren unitate didaktikoak modulua osatzen duten eduki-multzoekin.

Irakasleak unitate didaktikoen bitartez azalduko ditu garatutako kontzeptuzko edukiak, baliabide egokiaren laguntzarekin (apunteak, testuliburua, IKTak, bideoak, eta abar).

Irakasleak hainbat kasu praktikoren ebazpenaren bitartez garatuko ditu prozedurazko edukiak, eta gero ikasleak berak izango dira irakasleak planteatutako dizkien beste suposizio praktikoa batzuk bai bakarka bai taldeka ebatziko dituztenak.

Halaber, adierazi beharra dago ahalik eta eduki kopuru handiena biltzen duten jardura globalak direla ikasten gehien laguntzen dutenak. Hori dela-eta, lan-taldeak sortzea proposatzen da, merkataritza-ikerketaren batean landa-laneko plangintza bat garatzeko.

Irakasleek ikasleen ikasteko prozesuaren jarraipen hurbilekoa eta bana-banakoa egin beharko dute. Horretarako, haiek erakusten dituzten aurrerapenak eta zailtasunak idatziz jaso beharko dituzte sistematikoki.

Adituen hitzaldiak programa daitezke enpresen esperientziak ikasgelara hurbiltzeko.

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

- ✓ Merkataritza-azterketa bat egiteko beharrezkoa den inkestatzaile-taldearen ezaugarriak eta tamaina zehaztea.
- ✓ Landa-langileak hautatzeko irizpideak ezartzea.
- ✓ Landa-laneko taldearen hasierako prestakuntzako eta etengabeko prestakuntzako planak lantzea.
- ✓ Inkestatzaile-taldeei aplikatu dakizkiekeen agente- eta lidergo-estiloak aztertzea.
- ✓ Saltzaileak motibatuzeko eta suspertzeko teknikak aztertzea.
- ✓ Inkestatzaileei ordaintzeko moduak aztertzea.
- ✓ Landa-laneko plana eta inkestatzailearen ibilbide-orria lantzea.
- ✓ Datuak inkesten bitartez biltzeko azterketa bat egitea.
- ✓ Galdetegiak interpretatzea eta betetzea.
- ✓ Galdetegiak betetzeko informatika-tresnak erabiltzea.
- ✓ Kasu erreal edo simulatu batean, inkesta garatzerakoan sortutako kexa eta erreklamazioei erantzutea.
- ✓ Landa-laneko jarduera ebaluatzea eta kontrolatzea.
- ✓ Ebaluazioaren emaitzekin txostenak egitea.

9. lanbide-modulua

PRODUKTUAK ETA ZERBITZUAK MERKATURATZEA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzea
Kodea:	1109
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	100 ordu
Kurtoa:	2.a
Kreditu kop.:	6
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa (Bigarren Irakaskuntzako irakaslea)
Modulu mota:	Konpetentzia-atal honi lotuta dago: UC2186_3: Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzeko eta merkaturan ezartzeko lanak kudeatzea.
Helburu orokorrak:	13 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 24 / 25

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

1. Produktu edo zerbitzu bat merkaturatzeko beharrezkoa den informazioa biltzen du, eta, horretarako, enpresaren marketineko informazio-sisteman erabilgarri dagoen informazioa, produktu edo zerbitzuaren briefingekoa, salmenta-sarekoa eta bezeroen datuak antolatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- Produktu edo zerbitzu bat merkaturatzeko aplikatu daitezkeen marketineko ekintzak eta estrategiak definitzeko garrantziko informazioa ematen duten datu-iturriak identifikatu ditu.
- Produktu, zerbitzu eta marken merkaturatzea erregulatzen duen lege-araudia interpretatu du.
- Marketineko informazio-sistemaren (MIS) informazioa, produktuaren edo zerbitzuaren briefingarena, salmenta-sarearena eta bezeroekiko harremanak kudeatzeko aplikazioarena (CRM) antolatu du.
- Bezeroengandik eta salmenta-saretik lortutako informazioa antolatu du, erabilgarri dagoen informatika-tresna erabilia, konfidentzialtasuna bermatuta eta datu pertsonalak babesteko legeria beteko dela ziurtatuta.
- Produktuari, zerbitzuari edo produktu-gamari buruz erabilgarri dagoen informazioa eta haren ezaugarriak aztertu ditu, merkaturatzeari begira.
- Enpresaren merkataritza-jardueraren datuak aztertu eta egituratu ditu: salmentabolumena eta salmenten bilakaera, merkaturako segmentuak eta bezeroen profila,

produktuaren posizionamendua, banatzaileen proposamenak eta bezeroen iradokizunak.

- g) Enpresaren merkatu-aukerak zehaztu ditu, analisi-teknika egokiak aplikatuta, enpresak bere produktua edo zerbitzua sartu ahal izateko merkatu-nitxoak identifikatzeko.
- h) Bezero errealen eta potentzialen fitxategi maisuak landu ditu bezero bakoitzaren datu garrantzizkoenekin, informatika-aplikazio egokia erabilita.

2. Produktuaren edo zerbitzuaren salmenta-argumentarioa lantzen du salmenta-sarean aurkezteko, eta, hartara, produktuaren merkatuko posizionamendua hobetzen, bezeroen leialtasuna lortzen eta salmentak gehitzen laguntzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Salmenta-argumentarioa landu du, eta, horretarako, produktuaren edo zerbitzuaren indarguneak eta ahulguneak azpimarratu ditu, lehiakideenen aldean dituen abantailak nabarmendu, bezeroaren arazoentzako konponbideak aurkeztu eta salmenta-teknikak ekarri ditu.
- b) Bezeroak izan litzakeen objekzioak aurreikusi ditu eta haiek tratatzeko salmenta-eta gezurtatze-teknika egokiak ezarri ditu.
- c) Argumentarioan eta sustapen-ekintzetan jaso ditu salmenta-sarea eta banatzaileak hobetzeko proposamenak, bezeroen objekzio, kexa, erreklamazio eta iradokizunetan oinarrituak.
- d) Produktua edo zerbitzua norberaren eta besteren salmenta-sarean aurkezteko lanak programatu ditu, eta aurkezpenaren garapena denboran kokatu du salmenta-planaren eta produktua merkaturatzeko eta sustatzeko planaren arabera.
- e) Produktua edo zerbitzua salmenta-sarean aurkezteko eta erakusteko beharrezkoa den dokumentazioa eta laguntzako materiala prestatu du.
- f) Produktua banatzaileei eta saltzaileei aurkezteko lanak antolatu ditu, eta, horretarako, komunikazio-teknika egokiak erabili ditu modu sinesgarrian helarazteko produktuaren nolakotasunak, salmenta-argumentarioa, helburu duen bezero mota eta produktua sustatzen eta saltzen den bitartean bezeroarentzako arretan hartu behar den jarrera.
- g) Salmenta-sarea prestatzeko eta motibatuzeko plan egokia ezarri du, marketin-ekintzak aplikatzeko eta finkatutako helburuak lortzeko.
- h) *On line* salmenta-argumentarioa landu du, eta argudioak eta izan litezkeen objekzioen tratamendua formulatu ditu, merkataritza elektronikoaren aukeren arabera eta *on line* publizitateari eta merkaturatzeari buruzko lege-araudia errespetatuta.

3. Produktu edo zerbitzu bat merkaturatzeko edo merkaturatu iraunarazteko eta, hartara, haren posizionamendua eta marka-irudia lehiakideenen aurrean indartzeko marketin- eta sustapen-ekintza egokiak definitzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Merkataritza-ekintzekin eta marketin-estrategiekin lortu behar diren helburuak ezarri ditu, eta aplika daitezkeen ekintzak produktu motaren, salmenta-moduaren, banatzaile motaren eta hartzaile duten bezeroaren profilaren arabera bereizi ditu.
- b) Sustapenen, sarien, oparien, lehiaketen, beharpenen eta salmenta berezien alorrean indarrean dagoen araudia interpretatu du, eta marketin- eta sustapen-estrategien diseinuan eta aplikazioan duen eragina aztertu du.
- c) Salmenta-puntuak aplikatu ohi diren sustapen-ekintzak, zuzeneko marketin-ekintzak eta telemarketin-ekintzak eta web orriko marketin-ekintzak ezaugarritu ditu.

- d) Hainbat izaeratako produktuen salmenta bultzatzeko sustapeneko eta *merchandising*-eko ekintzak definitu ditu, kontsumitzailearen salmenta-puntuako portaera-jarraibideak eta lehiakideen merkataritza-estrategiak kontuan hartuta.
- e) Marketin-ekintza egokienak hautatu ditu, produktuaren edo zerbitzuaren ezaugarriak, salmenta-formula, uneko aukera, baliabide erabilgarriak eta helburu duten bezeroaren profila kontuan hartuta.
- f) Merkaturatze- eta sustapen-ekintzak antolatu ditu, jarduerak denboran kokatu ditu eta beharrezkoak diren baliabide eta zerbitzu profesionalak kalkulatu ditu, enpresaren marketin-planean eta nortasun korporatiboan ezarritakoaren arabera.
- g) *On line* sustapeneko eta marketineko ekintzak, eta sustapeneko bilatzaileak, iragarki-bandak (*banner*), loturak eta webguneak definitu ditu, indarrean dagoen araudia eta *on line* merkaturatzearen eta publizitatearen jokabide-kodeak errespetatuta.

4. Produktua edo zerbitzua merkaturatzeko eta merkaturatzearen ezartzeko jarduerak programatzen ditu, eta, horretarako, ezarritako marketineko teknikak eta estrategiak aplikatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Marketineko eta merkataritza-sustapeneko ekintzen argibideak interpretatu ditu, produktuaren briefingaren eta banatzaileekiko akordioaren arabera.
- b) Produktua salmenta-sarean ezartzeko beharrezkoak diren baliabideak eta langileak zehaztu ditu eta jarduerak eta baliabideak antolatu ditu, jasotako argibideen eta aurreikusitako planaren eta kronogramaren arabera.
- c) Marketin-planean aurreikusitako salmenta-puntuako sustapen- eta animazio-jarduerak koordinatu ditu, sail, agente eta banatzaile arduraduneri jarraituz, ekintzan aurreikusitako euskarri motarekin, kokalekuarekin eta seinaleekin bat etorrituz, eta aurreikusitako kronogramaren arabera.
- d) Merkataritza-ekintza bakoitzean definitutako merkataritzako bitartekoak, materialak eta euskarriak gainbegiratu ditu, eta ezaugarriekin, sustapen motarekin eta kontsumitzailearen gaineko ondorioekin bat datozeela egiaztatu du, izan litezkeen akatsak hautemateko eta haiek zuzentzeko neurri egokiak aplikatzeko.
- e) Sustapen-euskarriaren kokaleku egokia ezarri du, segurtasuneko, higieneko eta arriskuen prebentzioko baldintzetan, salmenta-puntuako arduradunekin koordinatuta, eta espazio erabilgarria, pasaguneak eta kontsumitzailearen gaineko efektu psikologikoak kontuan hartuta.
- f) Produktuaren salmenta-puntuako eta linealetako ezarpena finkatu du aurreikusitako planogramaren arabera, espazio erabilgarria banatzeko eta aplikatzeko informatika-aplikazioak erabilita, eta produktu mota, inbentarioa eta aurreikusitako birjartze-tasak kontuan hartuta.
- g) Zuzeneko marketineko, telemarketineko eta webeko marketineko ekintzak koordinatu ditu, marketin-planean eta produktua merkaturatzeko planean ezarritakoaren arabera.
- h) Denda birtualean *on line* sustapeneko eta *merchandising*-eko ekintzak diseinatu ditu, *on line* marketineko planaren arabera.

5. Produktua edo zerbitzua merkaturatzeko eta ezartzeko lanen jarraipena eta kontrola egiteko neurriak ezartzen ditu, eta aurreikusitako helburuen lorpen-maila ebaluatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Produktuak eta zerbitzuak salmenta-sarean merkaturatzeko eta ezartzeko lanen jarraipena egiteko prozedurak definitu ditu, finkatutako helburuekiko desbideratzeak ahalik eta bizkorren hautemateko.

- b) Kontroleko parametroak eta estandarrak finkatu ditu, aplikatutako sustapen-kanpainen, *merchandising*-eko ekintzen eta zuzeneko marketineko ekintzen eraginkortasuna ebaluatzeko.
- c) Norberaren eta besteren salmenta-sareko sustatzaileei, birjartzaileei, erakusleho-apaintzaileei eta bestelako eragileei emandako argibideak betetzen direla egiaztatzeke metodoak ezarri ditu.
- d) Produktua merkaturatzeko eta salmenta-puntuan ezartzeko ekintzak garatzean sor litezkeen ezustekoak garaiz hautemateko eta horiei konponbidea aurkitzeko neurriak proposatu ditu, planogramaren eta jasotako argibideen arabera.
- e) Produktua merkaturatzearen eta ezartzearen emaitzak ebaluatu ditu, aurreikusitako helburuekiko desbideratzeak kalkulatu eta aztertu ditu, eta neurri zuzentzaile egokiak proposatu ditu.
- f) Kontrol-ratioak kalkulatu ditu sustapen-kanpainaren eta zuzeneko marketineko ekintzen errentagarritasuna eta eraginkortasuna zehazteko, kalkulu-orria erabilia.
- g) Produktuari edo zerbitzuari eta sustapenei buruz eskainitako informazioa ezarritako ezaugarriekin bat datorrela egiaztatu du.
- h) Merkataritza-jarduera ebaluatzeko eta kontrolatzeko prozesuen emaitzekin txostenak egin ditu, informatika-aplikazio egokiak erabilia.

c) Oinarrizko edukiak

1. PRODUKTU EDO ZERBITZU BAT MERKATURATZEKO BEHARREZKOA DEN INFORMAZIOA BILTzea	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Produktu edo zerbitzu bat merkaturatzeko aplika daitezkeen marketineko ekintzak eta estrategiak definitzeko garrantzizko informazioa ematen duten datu-iturriak identifikatzea. - Produktu, zerbitzu eta marken merkaturatzea erregulatu duen lege-araudia interpretatzea. - Marketineko informazio-sistemaren (MIS) informazioa, produktuaren edo zerbitzuaren <i>briefing</i>arena, salmenta-sarearena eta bezeroekiko harremanak kudeatzeko aplikazioarena (CRM) antolatzea. - Bezeroengandik eta salmenta-saretik lortutako informazioa antolatzea, erabilgarri dagoen informatika-tresna erabilia, konfidentzialtasuna bermatuta eta datu pertsonalak babesteko legeria beteko dela ziurtatuta. - Produktuari, zerbitzuari edo produktu-gamari buruz erabilgarri dagoen informazioa eta haren ezaugarriak aztertzea, merkaturatzeari begira. - Enpresaren merkataritza-jardueraren datuak aztertzea eta egituratzea: salmenta-bolumena eta salmenten bilakaera, merkaturako segmentuak eta bezeroen profila, produktuaren posizionamendua, banatzaileen proposamenak eta bezeroen iradokizunak. - Enpresaren merkatu-aukerak zehaztea, analisi-teknika egokiak aplikatuta, enpresak bere produktua edo zerbitzua sartu ahal izateko merkatu-nitxoak identifikatzeko. - Bezero errealean eta potentzialen fitxategi maisuak lantzea bezero bakoitzaren datu garrantzizkoekin, informatika-aplikazio egokia erabilia.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Barneko eta kanpoko informazio-iturriak. - Merkatuari, inguruneari eta lehiari buruzko informazio-iturriak. - Produktuari, zerbitzuari edo produktu-gamari buruzko informazio garrantzizkoa lantzeko prozesua. - Salmenta-saretik lortutako informazioa eta bezeroen iradokizunetatik ateratakoa. - Produktu berriak sortzeko prozesuaren faseak. - Produktua edo zerbitzua merkaturatzeko fasea. Beharrezko urratsak.

	- Merkatu-aukerak. Barneko eta kanpoko azterketa. AMIA analisia.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Egin beharreko lanak metodikoki planifikatzea, zailtasunak eta horiek gainditzeko modua aurreikusita. - Lanak egiten dituen bitartean jarrera ordenatua eta metodikoa izatea eta zailtasunen aurrean saiatuki jokatzea.

2. SALMENTA ARGUMENTARIOA LANTZEA ETA PRODUKTUA/ZERBITZUA SALMENTA SAREAN AURKEZTEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Salmenta-argumentarioa lantzea, eta, horretarako, produktuaren edo zerbitzuaren indarguneak eta ahulguneak azpimarratzea, lehiakideenen aldean dituen abantailak nabarmendu, bezeroaren arazoentzako konponbideak aurkeztu eta salmenta-teknikak ekartzea. - Bezeroak izan litzakeen objekzioak zehaztea eta haiek tratatzeko salmenta- eta gezurtatze-teknika egokiak ezartzea. - Argumentarioan eta sustapen-ekintzetan biltzea eta idaztea salmenta-sarea eta banatzaileak hobetzeko proposamenak, bezeroen objekzio, kexa, erreklamazio eta iradokizunetan oinarrituak. - Produktua edo zerbitzua norberaren eta besteren salmenta-sarean aurkezteko lanak programatzea, eta aurkezpenaren garapena denboran kokatzea salmenta-planaren eta produktua merkaturatzeko eta sustatzeko planaren arabera. - Produktua edo zerbitzua salmenta-sarean aurkezteko eta erakusteko beharrezkoa den dokumentazioa eta laguntzako materiala prestatzea. - Produktua banatzaileei eta saltzaileei aurkezteko lanak antolatzea, eta, horretarako, komunikazio-teknika egokiak erabiltzea modu sinesgarrian helarazteko produktuaren nolakotasunak, salmenta-argumentarioa, helburu duen bezero mota eta produktua sustatzen eta saltzen den bitartean bezeroarentzako arretan hartu behar den jarrera. - Salmenta-sarea prestatzeko eta motibatzeke plan egokia ezartzea, marketin-ekintzak aplikatzeko eta finkatutako helburuak lortzeko. - <i>On line</i> salmenta-argumentarioa lantzea, eta argudioak eta izan litezkeen objekzioen tratamendua formulatzea, merkataritza elektronikoaren aukeren arabera eta <i>on line</i> publizitateari eta merkaturatzeari buruzko lege-araudia errespetatuta.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Salmenta-argudioak. Argudio motak. - Salmenta-argumentarioa. - Salmenta-argumentarioa lantzea, produktu motaren, bezeroen tipologiaren eta banatzeko eta merkaturatzeko kanal moten arabera. - Produktuaren deskribapena. Produktua lehiakideen produktuetatik bereiztea. - Bezeroaren objekzioak. Salmenta-teknikak eta objekzioak gezurtatzekoak. - Produktua edo zerbitzua norberaren edo besteren salmenta-sarean aurkezteak. - Aurkezpenerako beharrezkoa den laguntzako materiala. - Salmenta-sarearen prestakuntza-plana. - Salmenta-sarearen motibazioa.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanbidearen zeregin edo jarduera tekniko berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea. - Jarrera positiboa eta emaitzak guztientzako modu gogobetegarrian lortzeko norberaren ahalmenean konfiantza izatea.

	- Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea.
--	--

3. MARKETIN ETA SUSTAPEN EKINTZAK DEFINITZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Merkataritza-ekintzekin eta marketin-estrategiekin lortu behar diren helburuak ezartzea, eta aplikatu daitezkeen ekintzak produktu motaren, salmenta-moduaren, banatzaile motaren eta hartzaile duten bezeroaren profilaren arabera bereiztea. - Sustapenen, sarien, oparien, lehiaketan, beherapenen eta salmenta berezien alorrean indarrean dagoen araudia interpretatzea, eta marketin- eta sustapen-estrategien diseinuan eta aplikazioan duen eragina aztertzea. - Salmenta-puntuak aplikatu ohi diren sustapen-ekintzak, zuzeneko marketin-ekintzak eta telemarketin-ekintzak eta web orriko marketin-ekintzak ezaugarritzea. - Marketin-ekintza egokienak hautatzea, produktuaren edo zerbitzuaren ezaugarriak, salmenta-formula, uneko aukera, baliabide erabilgarriak eta helburu duten bezeroaren profila kontuan hartuta. - Merkaturatze- eta sustapen-ekintzak antolatzea, jarduerak denboran kokatzea eta beharrezkoak diren baliabide eta zerbitzu profesionalak kalkulatzeko, enpresaren marketin-planean eta nortasun korporatiboan ezarritakoaren arabera. - <i>On line</i> sustapeneko eta marketin-ekintzak, eta sustapeneko bilatzaileak, iragarki-bandak (banner), loturak eta webguneak definitzea, indarrean dagoen araudia eta <i>on line</i> merkaturatzearen eta publizitatearen jokabide-kodeak errespetatuta.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Publizitatea eta sustapena. - Saltokiko publizitatea (SP). - Salmenta-puntuaren animazioa eta <i>merchandising</i>-a. - Produktuen salmenta-puntuaren ezarpena. - Salmenten sustapena. Helburuak. - Produktuak/zerbitzuak merkaturatzera zuzendutako marketin- eta sustapen-ekintzak. - Helburuko publikoaren arabeko sustapen-ekintzak. - Fabrikatzailearen eta saltokiaren sustapena. Bitartekariei eta banatzaileei zuzendutako sustapen-moduak. - Saltzaileei eta preskriptoreei zuzendutako sustapen-moduak. - Azken kontsumitzaileari zuzendutako sustapen motak. - Salmenta eta sustapen bereziak. - Bezeroen leialtasuna lortzeko ekintzak. - Salmenta-puntuaren arabeko sustapen-ekintza motak. - Zuzeneko marketina. Produktua merkaturatzeko zuzeneko marketin-ekintzak. - <i>On line</i> sustapeneko tresnak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Antolamendu teknikoaren hainbat modu ezagutzeko eta, hala badagokio, gainerako alderdietatik urrundu gabe alderdi batean espezializatzeko ardura hartzeko interesa izatea. - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatzeke eta kudeatzeko teknikak ezagutzeko eta baloratzea. - Jarduera teknikoaren eta berritu diren bitarteko eta prozeduren bilakaera historikoa aurkitzeko jakin-mina izatea.



4. PRODUKTU EDO ZERBITZU BAT MERKATURATZEKO ETA EZARTZEKO LANAK PROGRAMATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Marketineko eta merkataritza-sustapeneko ekintzen argibideak interpretatzea, produktuaren briefingaren eta banatzaileekiko akordioen arabera. - Produktua salmenta-sarean ezartzeko beharrezkoak diren baliabideak eta langileak zehaztea eta jarduerak eta baliabideak antolatzea, jasotako argibideen eta aurreikusitako planaren eta kronogramaren arabera. - Marketin-planean aurreikusitako salmenta-puntuako sustapen- eta animazio-jarduerak koordinatzea, sail, agente eta banatzaile arduradunei jarraituz, ekintzan aurreikusitako euskarri motarekin, kokalekuarekin eta seinaleekin bat etorriz, eta aurreikusitako kronogramaren arabera. - Merkataritza-ekintza bakoitzean definitutako merkataritzako bitartekoak, materialak eta euskarriak gainbegiratzea, eta ezaugarriekin, sustapen motarekin eta kontsumitzailearen gaineko ondorioekin bat datozela egiaztatzea, izan litezkeen akatsak hautemateko eta haiek zuzentzeko neurri egokiak aplikatzeko. - Sustapen-euskarriaren kokaleku egokia ezartzea, segurtasuneko, higieneko eta arriskuen prebentzioko baldintzetan, salmenta-puntuako arduradunekin koordinatuta, eta espazio erabilgarria, pasaguneak eta kontsumitzailearen gaineko efektu psikologikoak kontuan hartuta. - Produktuaren salmenta-puntuako eta linealetako ezarpena finkatzea aurreikusitako planogramaren arabera, espazio erabilgarria banatzeko eta aplikatzeko informatika-aplikazioak erabilia, eta produktu mota, inbentarioa eta aurreikusitako birjartze-tasak kontuan hartuta. - Denda birtualean <i>on line</i> sustapeneko eta <i>merchandising</i>-eko ekintzen diseinua zehaztea, <i>on line</i> marketineko planaren arabera. - Salmenta-puntuako animazioko eta <i>merchandising</i>-eko teknikak aplikatzea. - Produktua salmenta-puntuan ezartzeko teknikak aplikatzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Produktu bat merkaturatzeko merkataritza-estrategiak. - Marketineko eta merkataritza-sustapeneko ekintzak marketin-planaren, produktuaren briefingaren eta banatzaileekiko akordioen arabera garatzea. - Salmenta-puntuako publizitate-elementuak. Seinaleak. - Produktua ezartzeko merkataritza- eta antolamendu-irizpideak. - Salmenta-puntuan sustapen-ekintzak ezartzeko teknika. Giza baliabideak eta baliabide materialak antolatzea. Aurrekontuak. - Zuzeneko marketineko ekintzen garapena. Baliabide materialak eta giza baliabideak. - Antolamendua. Aurrekontua. - Bezeroen leialtasuna lortzeko programak ezartzeko prozesua. - <i>On line</i> sustapeneko tresnak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanbidearen zeregin edo jarduera tekniko berrien aurrean prestasuna eta ekimena izatea. - Aldaketa-egoera batean agertzen diren prestakuntza-beharrak modu positiboan aintzat hartzeko prest egotea. - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatzeko eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Talde-lanetan elkartasunez parte hartzea eta ahalegina taldeak eskatzen duenera egokitzea.

5. PRODUKTU EDO ZERBITZU BAT MERKATURATZEKO LANEN JARRAIPENA ETA KONTROLA EGITEKO NEURRIAK	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Produktuak eta zerbitzuak salmenta-sarean merkaturatzeko eta ezartzeko lanen jarraipena egiteko prozedurak definitzea, finkatutako helburuekiko desbideratzeak ahalik eta bizkorren hautemateko. - Kontroleko parametroak eta estandarrak finkatzea, aplikatutako sustapen-kanpainen, <i>merchandising</i>-eko ekintzen eta zuzeneko marketineko ekintzen eraginkortasuna ebaluatzeo. - Norberaren eta besteren salmenta-sareko sustatzaileei, birjartzaileei, erakusleho-apaintzaileei eta bestelako eragileei emandako argibideak betetzen direla egiaztatzeo metodoak zehaztea. - Produktua merkaturatzeko eta salmenta-puntuan ezartzeko ekintzak garatzean sor litezkeen ezustekoak garaiz hautemateko eta horiei konponbidea aurkitzeo neurriak biltzea eta proposatzea, planogramaren eta jasotako argibideen arabera. - Produktua merkaturatzearen eta ezartzearen emaitzak ebaluatzea, aurreikusitako helburuekiko desbideratzeak kalkulatu eta aztertzea, eta neurri zuzentzaile egokiak proposatzea. - Kontrol-ratioak kalkulatzeko sustapen-kanpainaren eta zuzeneko marketineko ekintzen errentagarritasuna eta eraginkortasuna zehazteko, kalkulu-orria erabilia. - Produktuari edo zerbitzuari eta sustapenei buruz eskainitako informazioa egiaztatzea, eta ezarritako ezaugarriekin bat datorrela ziurtatzea. - Merkataritza-jarduera ebaluatzeo eta kontrolatzeko prozesuen emaitzekin txostenak egitea, informatika-aplikazio egokiak erabilia.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Emaitzak kontrolatzea eta neurtzea. Kontroleko estandarrak eta parametroak finkatzea. - Produktuaren ezarpenaren errentagarritasuna. - Produktuaren salmenta-puntuko ezarpen-indizeak. - Produktuaren zuzeneko errentagarritasuna. - Ratio ekonomiko eta finantzarioak. - Emaitzak aztertzeo prozesua. Finkatutako helburuekiko desbideratzeen kalkulua. Ekintza zuzentzaileak aplikatzeko prozesua. - Sustapen-ekintzen eta zuzeneko marketineko ekintzen kontrola. Ebaluatzeo eta kontrolatzeko irizpideak eta neurriak. - Sustapen-kanpainaren edo marketin-ekintzaren kostua kalkulatzeko teknikak. - Sustapen-kanpaina baten eraginkortasuna ebaluatzeo teknikak. Kanpainaren errentagarritasun-tasa. Ratio ekonomiko eta administratiboak. - Helburuekiko emaitzen desbideratzeak kalkulatzeko eta ekintza zuzentzaileak aplikatzea.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lan profesionala kokatuta dagoen prozesu teknologikoaren funtsezko osagai gisa baloratzea. - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatzeo eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Produkzioaren helburuak lortzeo (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea.

d) Orientabide metodologikoak

Modulu hau irakatsi eta ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziak

Aurreko ataletan, modulu honi dagozkion eduki-multzoak azaldu ditugu:

1. **multzoa:** *Produktu edo zerbitzu bat merkaturatzeko beharrezkoa den informazioa biltzea.*
2. **multzoa:** *Salmenta-argumentarioa lantzea eta produktua/zerbitzua salmenta-sarean aurkeztea.*
3. **multzoa:** *Marketin- eta sustapen-ekintzak definitzea.*
4. **multzoa:** *Produktu edo zerbitzu bat merkaturatzeko eta ezartzeko lanak programatzea.*
5. **multzoa:** *Produktu edo zerbitzu bat merkaturatzeko lanen jarraipena eta kontrola egiteko neurriak.*

Eduki-multzoak sekuentziatzeko 2 aukera proposatzen dira:

- Lehenengo aukera aurkeztutako ordena mantentzea izango litzateke, korrelazio bati jarraitzen dio-eta, bai alderdi praktikoetan eta bai teorikoetan.
- Bigarren aukera **4. multzoa** aurreratzea izango litzateke. Izan ere, multzo horrek zentzu teoriko nabarmena duenez, oinarri teoriko zuzena ezar dezake, eduki praktikoagoa eta alderdi teorikoan osagarria duten hurrengo multzoei bide emango diena.

Eduki-multzo horiek eta dagokien sekuentziak ziurtatu egiten dute, inongo zalantzarik gabe, produktu edo zerbitzu berri bat merkaturatzerakoan egin behar diren urratsak behar bezala asimilatuko direla.

1. multzoan egun dauden informazio-iturriak aztertzen dira, barnekoak eta kanpokoak, merkaturatzen dauden informazio-iturriak, horiek kontrastatzeko modua, ekintzekiko elkarreragina eta merkataritza-ikerketaren alorretik datozen txostenak. Era berean, salmenta-saretik eta bezeroen iradokizunetatik datorren informazioa aztertuko da. Produktuak edo zerbitzuak merkaturatzeko urratsak ere aztertuko dira.

2. multzoan, bildutako informazio guztia aztertu ondoren, salmenta-argumentarioa landuko da eta produktua/zerbitzua salmenta-sarean aurkezteko prozesua prestatuko da. Argudio mota guztiak bilduko dituen zerrenda bat egingo da, kasuan kasuko produktu edo zerbitzu mota, bezeroen tipologia eta banaketa-kanal motak eta merkaturatzea kontuan hartuta. Lehiakideen produktuen/zerbitzuen elementu bereizleak bilatuko dira, bezeroek jar litzaketan objektiboak eta horiei kontra egiteko moduak aurreikusi, eta produktua aurkezteko eta salmenta-sarea osatzeko eta sare hori adierazitako produkturantz/zerbitzurantz behar bezala motibatuzko eta sustatzeko beharrezkoa den laguntzako materiala prestatuko da.

3. eta 4. multzoetan marketin- eta sustapen-ekintzak definitzen dira, eta produktua/zerbitzua merkaturatzeko kanpainaren barruan egingo diren ekintzak (sustapen-ekintzak eta bezeroen leialtasuna lortzekoak) aztertzen dira, bai salmenta-puntuari bai haien *on line* kontzeptuarekin. Era berean, aurrekontuak egiteko modua landuko da, eta baliabide materialen eta giza baliabideen atalak jorratuko dira.

Azkenik, **5. multzoan** produktuak eta zerbitzuak merkaturatzeko lanen jarraipena egiteko eta haiek kontrolatzeko inplementa daitezkeen neurriak eta kontrolak aztertuko dira: kontroleko indize, ratio eta sistemen azterketa; sustapen-kanpainen eta marketin-ekintzen kontrola eta ebaluazioa. Amaitzeko, hautemandako desbideratzeak eta horiek doitzeko proposatzen diren zuzenketak aztertuko dira.

Arestian aipatu den moduan, ezinbestekoa da modulu-tako irakasleak koordinatzea, elkarreragin edo interakzio garrantzitsua baitago modulu honetako multzoren bateko edukien eta ziklo honetako beste modulu batzuen artean, esate baterako "**Merkataritza-ikerketa**" moduluen kasuan.

2) Alderdi metodologikoak

Modulu honek osagai teoriko garrantzitsua dauka. Dena den, teoria horrekin bateragarri, hainbat ariketa praktikoa eta kasu errealerako aplikazioak gara daitezke aldi berean.

Eduki teorikoen txandakatzeko eta eduki teoriko horiei buruzko kasu praktikoa egin eta aztertzeko aukerak ikaskuntza modu dinamikoagoan garatzea ahalbidetuko du, eta, modu horretan, ikasleen arretari eustea lortuko da eta ahalik eta gehien aprobetxatuko dira ikasteko aukerak.

Hainbat sektoretako profesionalen parte-hartzeaz baliatzeko aukera iradokitzen da, landutako edukien ikuspegi praktikoa, hurbilekoa eta errealia eman dezaten, hitzaldien edo bisitaldi gidatuen bidez. Ikerketa-enpresek, alegiazko erosketakoek (*mystery shopping*), fabrikatzaileek eta banatzaileek ere parte har dezakete eta, hartara, jorratutako edukien aplikagarritasuna areagotu.

Laburpen orokor gisa, ikasleek asmatutako produktu/zerbitzu bat merkaturatzean datzan miniproiektu bat egin liteke, horrek aukera emango bailuke modulu hau irakatsi den bitartean ikasleek eskuratu dituzten jakintza teoriko guztiak praktikara eramateko.

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

- ✓ Informazio-iturriak identifikatzea:
 - Lehen mailakoak eta bigarren mailakoak. Haien sailkapena eta azterketa.
 - Kanpokoak eta barnekoak; merkatuaren, ingurunearen eta lehiaren azterketa eta analisia.
 - Salmenta-sarea eta bezeroen iradokizunak eta kexak.
 - AMIA analisia, merkatu-aukeren analisia, barneko eta kanpoko analisia.
- ✓ Salmenta-teknikak, objektioak eta haien gezurtamena aztertzea.
- ✓ Produktuen/zerbitzuen salmenta-eskuliburuak sortzea. Salmenta-sarea laguntzeko, motibatze eta sustatzeko materiala sortzea.
- ✓ Publizitate- eta sustapen-teknikak aztertzea:
 - Salmenta-puntuako animazioa eta *merchandising*-a.
 - Salmenten sustapena, marketin-ekintzak eta produktu/zerbitzu berrien sustapena.
 - Fabrikatzailearen eta banatzailearen sustapena; hainbat sustapen-modu.
 - Leialtasuna lortzeko ekintzak.
- ✓ Produktu/zerbitzu bat merkaturatzeko merkataritza-estrategiak gauzatzeko:
 - Aurrekontuak egitea; baliabide materialak eta giza baliabideak antolatzea.
 - *On line* eredu kasuistika guztia aztertzea.



- ✓ Kontrol-teknikak aplikatzea, emaitzak neurtzea eta kontrol-parametroak finkatzea:
 - Produktuen/zerbitzuen merkaturatzearen barruan inplementatutako sustapen-ekintzei eta marketin-ekintzei buruzko desbideratzeak kontrolatzeko, ebaluatzeko eta zuzentzeko sistemak sortzea.

10. lanbide-modulua

BEZEROARENTZAKO, KONTSUMITZAILEARENTZAKO ETA ERABILTZAILEARENTZAKO ARRETA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Bezzeroarentzako, kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta
Kodea:	1110
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	100 ordu
Kurtsoa:	2.a
Kreditu kop.:	5
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-prozesuak (Lanbide Heziketako irakasle teknikoa)
Modulu mota:	Konpetentzia-atal hauei lotuta dago: UC0241_2: Bezzeroarentzako, kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta-zerbitzuaren ekintzak gauzatzea. UC0245_3: Bezzeroaren/kontsumitzailearen/erabiltzailearen keak eta erreklamazioak kudeatzea.
Helburu orokorrak:	10 / 11 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 25

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

1. Bezzeroarentzako Arreta Saila antolatzen du, eta haren funtzioak eta egitura eta beste sail batzuekiko erlazioa definitzen ditu, enpresaren edo antolakundearen irudi egokiena transmititzeko.

Ebaluazio-irizpideak:

- "Irudi" eta "nortasun korporatiboaren" kontzeptuak definitu ditu, eta enpresaren edo antolakundearen posizionamenduan eta bereizkuntzan duten garrantzia aztertu du.
- Bezzeroarentzako arretaren funtsezko elementuak hautatu ditu, enpresaren edo antolakundearen irudi egokia transmititzeko.
- Bezzeroarentzako Arreta Sailaren helburuak eta hainbat enpresa eta antolokunde motatan dituen funtzioak ezarri ditu.
- Bezzeroarentzako Arreta Sailaren eta Marketin Sailaren, Salmenta Sailaren eta enpresako beste sail batzuen arteko erlazioak definitu ditu.



- e) Hainbat antolamendu-egitura mota bereizi ditu enpresaren edo antolamenduaren ezaugarrien eta helburuen arabera.
- f) Bezeroarentzako arreta-zerbitzuaren jarduera-atalak edo -arloak ezarri ditu.
- g) Hainbat enpresa motaren organigramak egin ditu, haien ezaugarriak, jarduera eta antolamendu-egitura kontuan hartuta.
- h) Bezeroarentzako arreta-zerbitzua kanpora ateratzeko aukera baloratu du, eta, horretarako, deiguneen (*contact center*) funtzioak eta enpresa edo antolakundeei egiten dizkieten zerbitzuak aztertu 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 beste sail eta/edo erakunde batzuei eskatu die, hainbat komunikazio-kanal erabilia, egoera bakoitzerako jarrera eta modu egokian.
- e) Ustezko bezeroei ahozko arreta-mezuak igorri dizkie, bere jarrera eta diskurtsoa zuzentzen zaion pertsonaren edo taldearen arabera egokituta eta hitz gabeko komunikazioari arreta berezia eskainita.
- f) Ustezko bezeroekin telefono-elkarrizketak izan ditu, protokolo-arauak betez, eta komunikazioaren garapena ahalbidetuko duten teknikak eta jarrerak erabilia.
- g) Bezeroari arreta emateko hainbat egoeratan informazio-eskaerei erantzuteko idazkiak prestatu ditu, egoera bakoitzerako teknika, formalitate eta jarrera egokiak erabilia.
- h) Bezeroen kontsultei erantzuteko posta elektronikoa eta berehalako mezularitza erabili ditu, protokolo-arauak errespetatuta eta egoera bakoitzerako jarrera egokia hartuta.

3. Bezeroarentzako informazio-sistema bat antolatzen du, informazioa tratatzeko eta eskuratzeko kostua eta denbora optimizatuko dituena, hura antolatzeko eta artxibatzeko eskuzko teknikak eta teknika informatikoak aplikatuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Informazioa eta dokumentazioa antolatzeko eta artxibatzeko teknikak, eskuzkoak zein informatikoak, deskribatu ditu.
- b) Dokumentazioa katalogatzeko eta artxibatzeko teknika nagusiak identifikatu ditu, eta haien abantailak eta eragozpenak aztertu ditu informazio motaren, erabileraren eta artxibatzeko denboraren arabera.
- c) Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arretaren alorreko hainbat informazio mota sailkatu ditu, haien jatorria bereizita eta izapidetzeko eta antolatzeko prozesu egokia esleituta.
- d) Bezeroen 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.

- h) Bezeroarentzako arretaren alorreko informazioa eskuratzeko kanalak definitu ditu, eta horietariko bakoitzaren ezaugarriak aztertu ditu.

4. Kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko organismoak eta erakundeak identifikatzen ditu, eta horietariko bakoitzaren eskumenak aztertzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) "Kontsumitzailearen" eta "erabiltzailearen" kontzeptua eta rola definitu du.
- b) Kontsumitzailearen eta erabiltzailearen eskubideak jasotzen dituen nazioko, autonomia-erkidegoko eta tokiko araudia interpretatu du.
- c) Kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko erakunde eta organismo publikoak identifikatu ditu, eta haien funtzioak eta eskumenak deskribatu ditu.
- d) Kontsumitzailea babesteko erakunde pribatu nagusiak identifikatu ditu, eta haien funtzioak eta eskumenak azaldu ditu.
- e) Kontsumoaren alorreko informazioa ematen duten informazio-iturri fidagarriak zehaztu ditu.
- f) Bezeroaren, kontsumitzailearen eta erabiltzailearen kontsumo-alorreko kexa eta erreklamazioen kudeaketari aplikatzekoa den indarreko araudia interpretatu du.

5. Bezeroaren, kontsumitzailearen eta erabiltzailearen kexak eta erreklamazioak kudeatzen ditu, eta, horretarako, komunikazio- eta negoziazio-teknikak aplikatzen ditu, alderdien arteko adostasunezko konponbideak erdiesteko.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Bezeroaren kontsumo-alorreko kontsulta, kexa, erreklamazio eta salaketa mota ohikoenak ezaugarritu ditu.
- b) Bezeroaren kexak eta erreklamazioak izapidetzeko prozesuaren prozedura, faseak, modua eta epeak definitu ditu.
- c) Erreklamazioaren/salaketaaren elementuak identifikatu ditu eta bezeroari bere eskubideen berri eman dio, baita erreklamazioa indarrean dagoen araudiaren arabera konpontzeko mekanismoen berri eman ere.
- d) Izapidea hasteko eta erreklamazioa/salaketa sail edo organismo eskudunetara bideratzeko beharrezkoa den dokumentazioa bete du, ezarritako metodoen arabera.
- e) Komunikazio-teknikak aplikatu ditu kexa eta erreklamazioez arduratzean, eta entzute aktiboa, enpatia eta asertibotasuna erabili ditu.
- f) Negozia daitezkeen kontratuaren klausulak identifikatu ditu eta negoziazio-plan bat landu du, eta negoziatu behar diren alderdiak, negoziazio-estrategia eta egin behar diren urratsak ezarri ditu.
- g) Akordioa erraztuko duten negoziazio-teknikak eta jarrerak erabili ditu bezeroaren erreklamazioak kudeatzeko.
- h) Kexa, erreklamazio eta salaketen kudeaketari dagozkion dokumentuak identifikatu eta zorrotz bete ditu.
- i) Erreklamatzailari kexaren edo erreklamazioaren egoera eta emaitza jakinarazi dio, ahoz, idatziz edo bitarteko elektronikoen bidez.

6. Kontsumo-alorreko gatazka-egoerei indarrean dagoen legeria aplikatuta konponbidea aurkitzeko kontsumoko bitartekotza- eta arbitraje-prozesuak deskribatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Kontsumoko bitartekotzaren eta arbitrajearen kontzeptuak definitu ditu, eta haien arteko antzekotasunak eta desberdintasunak azaldu ditu.
- b) Bitartekotza- eta arbitraje-prozesuetan esku hartzen duten figurak eta horiek betetzen dituzten funtzioak identifikatu ditu.

- c) Bitartekotza- eta arbitraje-prozesuei hasiera emateko modua, haien garapena eta ohiko ebazpen-epeak deskribatu ditu.
- d) Borondatezko edo aukerako arbitrajea eta nahitaezko edo ofiziozko arbitrajea bereizi ditu.
- e) "Arbitrajeko laudoaren" kontzeptua eta irizpenaren forma eta epeak definitu ditu.
- f) Bitartekotza-akta bat idaztean kontuan hartu behar diren alderdi nagusiak ezarri ditu.
- g) Bitartekotza- eta arbitraje-prozesuei dagozkien dokumentuak prestatu ditu, eta izapideekin erlazionatu ditu.
- h) Bitartekotza-prozesu bat deskribatu du, eta, horretarako, helburua identifikatu du, deialdia idatzi du, egintzaren egoera eta garapena aztertu du, eta bitartekotza-akta eta akordioa argi eta garbi eta modu objektiboan idatzi ditu.

7. Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arreta-prozesua eta haren kalitatea hobetzeko plan bat landu du, eta, horretarako, zerbitzuaren eraginkortasuna kontrolatzeko eta ebaluatzeko teknikak aplikatu ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Bezeroarentzako arreta-prozesuetan eta kexa eta erreklamazioen kudeaketan izan diren gorabehera, anomalia eta atzerapen nagusiak identifikatu ditu.
- b) Kexak eta erreklamazioak izapidetzeko prozesuaren jarraipena egin du, eta haiek ebazteko modua eta epeak ebaluatu ditu.
- c) Egindako zerbitzuaren eraginkortasuna eta bezeroaren gogobetetasun-maila neurtzeko teknikak aplikatu ditu.
- d) Kalitate-ebaluazioaren emaitzak eta ondorioak jasotzen dituzten txostenak idatzi ditu, informatika-tresnak erabilia.
- e) Hautemandako anomaliei konponbidea aurkitzeko eta zerbitzuaren kalitatea hobetzeko neurri zuzentzaileak proposatu ditu.
- f) Kalitatea hobetzeko plan bat landu du, eta zerbitzuaren kalitatea optimizatzeko neurriak sartu ditu, indarrean dagoen legeria errespetatuta.
- g) Galdutako bezeroak berreskuratzeko plan bat landu du, eta aplika daitezkeen neurriak definitu ditu.
- h) Bezeroen leialtasuna lortzeko programa batean sar daitezkeen bezeroak hautatu ditu, bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnan (CRM) erabilgarri dagoen informazioa erabilia.
- i) Bezeroen leialtasuna lortzeko programa bat landu du, erabilgarri dagoen informatika-aplikazioa erabilia.

c) Oinarrizko edukiak

1. BEZEROARENTZAKO ARRETA SAILA ANTOLATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - "Irudi" eta "nortasun korporatiboaren" kontzeptuak definitzea. Haiek enpresaren edo antolakundearen posizionamenduan eta bereizkuntzan duten garrantzia aztertzea. - Bezeroarentzako arretaren funtsezko elementuak hautatzea, enpresaren edo antolakundearen irudi egokia transmititzeko. - Bezeroarentzako Arreta Sailaren helburuak eta hainbat enpresa eta antolakunde motatan dituen funtzioak ezartzea. - Bezeroarentzako Arreta Sailaren eta Marketin Sailaren, Salmenta Sailaren eta enpresako beste sail batzuen arteko erlazioak definitzea. - Hainbat antolamendu-egitura mota bereiztea enpresaren edo antolamenduaren ezaugarrien eta helburuen arabera. - Bezeroarentzako arreta-zerbitzuaren jarduera-atalak edo -arloak ezartzea.
----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Hainbat enpresa motaren organigramak egitea, haien ezaugarriak, jarduera eta antolamendu-egitura kontuan hartuta. - Bezeroarentzako arreta-zerbitzua kanpora ateratzeko aukera baloratzea, eta, horretarako, deiguneen (<i>contact center</i>) funtzioak eta enpresa edo antolakundeei egiten dizkieten zerbitzuak aztertzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Bezeroarentzako arreta enpresetan eta antolakundeetan. - Marketin erlazionala eta bezeroekiko harremanetakoa. - Bezeroekiko harremanen kudeaketa. - Enpresa edo antolakunde baten bezeroarentzako arretan eragina duten faktoreak. - Nortasun korporatiboa eta marka-irudia. Posizionamendua eta bereizkuntza. - Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arreta-zerbitzuak. - Bezeroarentzako Arreta Saila enpresetan eta antolakundeetan. Helburuak. Egitura eta antolamendua. - Sailaren funtzioak. - Mendetasun funtzionala. Beste sail batzuekiko erlazioak. - Antolamendu-egiturak: organigramak. Motak. - Bezeroarentzako, Kontsumitzailearentzako edo Erabiltzailearentzako Arreta Saileko langileen kompetentzia orokorrak eta espezifikak. - Deiguneak (<i>contact center</i>). Bezeroekiko harreman-sisteman betetzen dituzten funtzioak. Egiten dituzten zerbitzuak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatzeko eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Gainerakoek esperientzia profesionalak eta/edo pertsonalak helarazten dizkigutenean egiten diguten ekarpen positiboa ezagutzea. - Produktzioaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea.

2. BEZEROARI ARRETA EMATEKO EGOERETAN KOMUNIKAZIO TEKNIKAK ERABILTzea

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Komunikazio-prozesua, esku hartzen duten elementuak eta bertan sor daitezkeen iragazkiak eta oztopoak definitzea. - Enpresa edo antolakunde baten barneko eta kanpoko komunikazio-kanalak bereiztea. - Bezeroari arreta/informazioa emateko prozesuaren faseak eta hainbat komunikazio-kanaletan erabiltzeko teknikak deskribatzea. - Bezeroak behar duen informazioa beste sail eta/edo erakunde batzuei eskatzea, hainbat komunikazio-kanal erabilita, egoera bakoitzerako jarrera eta modu egokian. - Usteko bezeroei ahozko arreta-mezuak igortzea, bere jarrera eta diskurtsoa zuzentzen zaion pertsonaren edo taldearen arabera egokituta eta hitz gabeko komunikazioari arreta berezia eskainita. - Usteko bezeroekin telefono-elkarrizketak ezartzea, protokolo-arauak betez, eta komunikazioaren garapena ahalbidetuko duten teknikak eta jarrerak erabilita. - Bezeroari arreta emateko hainbat egoeratan informazio-eskaerei erantzuteko idazkiak prestatzea, egoera bakoitzerako teknika, formalitate eta jarrera egokiak erabilita. - Bezeroen kontsultei erantzuteko posta elektronikoa eta berehalako mezularitza erabiltzea, protokolo-arauak errespetatuta eta egoera bakoitzerako jarrera egokia hartuta.
-----------------------	--

kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Enpresako komunikazioa. Informazioa eta komunikazioa. - Komunikazio-prozesua. - Komunikazio motak. - Bezeroari, kontsumitzaileari eta erabiltzaileari informazioa emateko egoeretako komunikazioa. Komunikazioko jarrerak eta teknikak. - Enpatia. - Asertibotasuna. - Ahozko komunikazioa. - Hitzik gabeko komunikazioa. - Telefono bidezko komunikazioa. - Telefono bidezko komunikazioan teknologia berriak erabiltzea. - Idatzizko komunikazioa. Idatzizko dokumentu eta gutun motak. Komunikazio formalak. - Sarearen (Internet/intranet) bidezko idatzizko komunikazioa. - Posta elektronikoa. Berehalako mezularitza. - Denbora errealeko komunikazioa: txata, bideokonferentzia. - Komunikazio geroratua (foroak).
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatzeke eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Produktioaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea (zereginen banaketa komenigarriena).

3. INFORMAZIO SISTEMA BAT ANTOLATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Informazioa eta dokumentazioa antolatzeke eta artxibatzeke teknikak, eskuzkoak zein informatikoak, deskribatzea. - Dokumentazioa katalogatzeke eta artxibatzeke teknika nagusiak identifikatzea, eta haien abantailak eta eragozpenak aztertzea informazio motaren, erabileraren eta artxibatzeke denboraren arabera. - Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arretaren alorreke hainbat informazio mota sailkatzea, haien jatorria bereizita eta izapidetzeke eta antolatzeke prozesu egokia esleituta. - Bezeroen garrantzizko informazioa biltzen duten datu-baseak egitea, eguneratzea eta kontsultatzea. - Bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnak (CRM) jasotako zehaztapenen arabera maneiatzea. - Bezeroen kontsulta edo eskaerei buruzko informazioa bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnan erregistratzea. - Informazioaren segurtasuna eta osotasuna eta datuen babesa bermatueke duten prozedurak aplikatzea, indarrean dagoen araudia errespetatuta. - Bezeroarentzako arretaren alorreke informazioa eskuratzeko kanalak definitzea, eta horietariko bakoitzaren ezaugarriak aztertzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumentazioa antolatzeke eta artxibatzeke teknikak. - Dokumentuak sailkatzeke, katalogatzeke eta artxibatzeke sistemak. - Artxiboen tipologia. Artxibo eskuzkoak eta informatikoak. - Bezeroari, kontsumitzaileari edo erabiltzaileari arreta emateke dokumentuen tratamendua eta antolamendua. - Bezeroen fitxategiak.

	<ul style="list-style-type: none"> - Datu-baseak. - Datu-base dokumentalak. - Bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnak (CRM). - Bezeroen datu-baseak maneiatzea. - Informazioaren tratamendua. - Informaziorako sarbidea. Kontsultak egitea. - Enpresan informazioa transmititzea. Txostenak egitea. - Datuen babesa. Lege-araudia.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Gainerakoek esperientzia profesionalak eta/edo pertsonalak helarazten dizkigutenean egiten diguten ekarpen positiboa ezagutzea. - Produktzioaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea (zereginen banaketa komenigarriena).

4. KONTSUMITZAILEA ETA ERABILTZAILEA BABESTEKO ORGANISMOAK ETA ERAKUNDEAK IDENTIFIKATZEA	
prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - "Kontsumitzailearen" eta "erabiltzailearen" kontzeptua eta rola definitzea. - Kontsumitzailearen eta erabiltzailearen eskubideak jasotzen dituen nazioko, autonomia-erkidegoko eta tokiko araudia interpretatzea. - Kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko erakunde eta organismo publikoak identifikatzea, eta haien funtzioak eta eskumenak deskribatzea. - Kontsumitzailea babesteko erakunde pribatu nagusiak identifikatzea, eta haien funtzioak eta eskumenak azaltzea. - Kontsumoaren alorreko informazioa ematen duten informazio-iturri fidagarriak zehaztea. - Bezeroaren, kontsumitzailearen eta erabiltzailearen kontsumo-alorreko kexa eta erreklamazioen kudeaketari aplikatzekoa den indarreko araudia interpretatzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - "Kontsumitzailearen" eta "erabiltzailearen" kontzeptua. - Hainbat kontsumitzaile eta erabiltzaile motaren profila eta ezaugarritzea. - Kontsumitzailearen eskubideak. - Kontsumitzailearen defentsa. Lege-araudia. - Kontsumitzailea babesteko erakunde publikoak. Tipologia, organigrama funtzionala eta eskumenak. - Kontsumitzailea babesteko erakunde pribatuak. Tipologia, organigrama funtzionala eta eskumenak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatzeke eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Gainerakoek esperientzia profesionalak eta/edo pertsonalak helarazten dizkigutenean egiten diguten ekarpen positiboa ezagutzea.

5. KEXAK ETA ERREKLAMAZIOAK KUDEATZEA	
prozedurazkoak	- Bezeroaren kontsumo-alorreko kontsulta, kexa, erreklamazio eta

	<p>salaketa mota ohikoenak ezaugarritzea.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bezeroaren kexak eta erreklamazioak izapidetzeko prozesuaren prozedura, faseak, modua eta epeak definitzea. - Erreklamazioaren/salaketaaren elementuak identifikatzea. Bezeroari bere eskubideen berri ematea, baita erreklamazioa indarrean dagoen araudiaren arabera konpontzeko mekanismoen berri eman ere. - Izapidea hasteko eta erreklamazioa/salaketa sail edo organismo eskudunetara bideratzeko beharrezkoa den dokumentazioa betetzea, ezarritako metodoen arabera. - Komunikazio-teknikak aplikatzea kexa eta erreklamazioez arduratzean, eta entzute aktiboa, enpatia eta asertibotasuna erabiltzea. - Negozia daitezkeen kontratuaren klausulak identifikatzea, eta negoziatu behar diren alderdiak, negoziazio-estrategia eta egin behar diren urratsak jasoko dituen negoziazio-plan bat lantzea. - Akordioa erraztuko duten negoziazio-teknikak eta jarrerak erabiltzea bezeroaren erreklamazioak kudeatzeko. - Kexa, erreklamazio eta salaketen kudeaketari dagozkion dokumentuak identifikatzea eta zorrotz betetzea. - Erreklamazioari kexaren edo erreklamazioaren egoera eta emaitza jakinaraztea, ahoz, idatziz edo bitarteko elektronikoen bidez.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Kontsumo-alorreko kexa, erreklamazio eta salaketa mota ohikoenak. - Erreklamazio eta salaketen kudeaketari aplikatzeko den kontsumo-alorrean indarrean dagoen araudia. - Erreklamazioak eta salaketak kudeatzeko prozesua. Prozesuaren faseak. - Erreklamazioak eta salaketak biltzeko prozedura. - Erreklamazioa izapidetzeko eta kudeatzeko prozesua. - Administrazioaren aurreko erreklamazioak. Administrazio-jarduna. Administrazio-egintzak. Administrazioaren isiltasuna. - Kexa eta erreklamazioen egoeretako komunikazio-teknikak. - Bezeroaren, kontsumitzailearen eta erabiltzailearen tratamendua kexa eta erreklamazioen aurrean. Entzute aktiboa eta enpatikoa. Asertibotasuna. - Kexa eta erreklamazioei edo salaketei konponbidea aurkitzeko negoziazioa. - Negoziatio-plana. Faseak. Prestaketa. Estrategia. Garapena. Erreklamazioetan negoziatzeko teknikak eta taktikak. Akordioa.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatze eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Gainerakoek esperientzia profesionalak eta/edo pertsonalak helarazten dizkigutenean egiten diguten ekarpen positiboa ezagutzea. - Produktzioaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea.

6. BITARTEKOTZA ETA ARBITRAJE PROZESUAK DESKRIBATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Kontsumoko bitartekotza eta arbitrajearen kontzeptuak definitzea, eta haien arteko antzekotasunak eta desberdintasunak azaltzea. - Bitartekotza- eta arbitraje-prozesuetan esku hartzen duten figurak eta horiek betetzen dituzten funtzioak identifikatzea. - Bitartekotza- eta arbitraje-prozesuei hasiera emateko modua, haien garapena eta ohiko ebazpen-epeak deskribatzea. - Borondatezko edo aukerako arbitrajea eta nahitaezko edo ofiziozko
----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> arbitrajea bereiztea. - "Arbitrajeko laudoaren" kontzeptua eta irizpenaren forma eta epeak definitzea. - Bitartekotza-akta bat idaztean kontuan hartu behar diren alderdi nagusiak hierarkizatzea. - Bitartekotza- eta arbitraje-prozesuei dagozkien dokumentuak lantzea, eta izapideekin erlazionatzea. - Bitartekotza-prozesu bat deskribatzea, eta, horretarako, helburua identifikatzea, deialdia idaztea, egintzaren egoera eta garapena aztertzea, eta bitartekotza-akta eta akordioa argi eta garbi eta modu objektiboan idaztea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - "Bitartekotzaren" eta "arbitrajearen" kontzeptuak. Ezaugarri bereizleak. - Bitartekotza erabiltzea onartzen duten kontsumo-alorreko gatazka-egoerak. - Bitartekotza-prozesua. - Arbitrajea planteatzea onartzen duten kontsumo-alorreko gatazka-egoerak. - Kontsumo-alorreko arbitraje-prozesua.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanbideko zereginak egiterakoan antolatzeke eta kudeatzeko teknikak ezagutzea eta baloratzea. - Gainerakoek esperientzia profesionalak eta/edo pertsonalak helarazten dizkigutenean egiten diguten ekarpen positiboa ezagutzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea (zereginen banaketa komenigarriena).

7. BEZEROARENTZAKO, KONTSUMITZAILEARENTZAKO EDO ERABILITZAILEARENTZAKO ARRETA ZERBITZUA ETA HAREN KALITATEA HOBETZEKO PLAN BAT LANTZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Bezeroarentzako arreta-prozesuetan eta kexa eta erreklamazioen kudeaketan izan diren gorabehera, anomalia eta atzerapen nagusiak identifikatzea. - Kexak eta erreklamazioak izapidetzeko prozesuaren jarraipena egitea, eta haiek ebazteko modua eta epeak ebaluatzea. - Egindako zerbitzuaren eraginkortasuna eta bezeroaren gogobetetasun-maila neurtzeko teknikak aplikatzea. - Kalitate-ebaluazioaren emaitzak eta ondorioak jasotzen dituzten txostenak idaztea, informatika-tresnak erabilia. - Hautemandako anomaliaei konponbidea aurkitzeko eta zerbitzua hobetzeko neurri zuzentzaileak lantzea. - Kalitatea hobetzeko plan bat diseinatzea, eta zerbitzuaren kalitatea optimizatzeko neurriak sartzea, indarrean dagoen legeria errespetatuta. - Galdutako bezeroak berreskuratzeko plan bat lantzea, eta aplika daitezkeen neurriak definitzea. - Bezeroen leialtasuna lortzeko programa batean sar daitezkeen bezeroak hautatzea, bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnan (CRM) erabilgarri dagoen informazioa erabilia. - Bezeroen leialtasuna lortzeko programa bat lantzea, erabilgarri dagoen informatika-aplikazioa erabilia.
kontzeptuzkoak	- Bezeroari arreta/informazioa emateko prozesuan eta kexa eta

	<p>erreklamazioen ebazpenean izaten diren gorabehera, anomalia eta atzerapenak.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gorabehera edo anomalien tratamendua. - Bezeroarentzako arreta-zerbitzua kontrolatzeko prozedurak. - Bezeroentzako arreta-zerbitzua ebaluatzeko teknika. - Zerbitzuaren eraginkortasuna eta bezeroaren gogobetetasun-maila ebaluatzeko metodoak. - Bezeroarentzako arretaren alorrean aplikatzeko den araudia. Txikizkako merkataritza antolatzeke legea. Informazioaren gizartearen zerbitzuei eta merkataritza elektronikoiari buruzko legea. Datu pertsonalak babesteko legea. - Bezeroen leialtasuna lortzeko estrategiak eta teknikak. - Leialtasuna lortzeko programak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Gainerakoek esperientzia profesionalak eta/edo pertsonalak helarazten dizkigutenean egiten diguten ekarpen positiboa ezagutzea. - Produkzioaren helburuak lortzeko (zeregina, burutzapena, eta abar) norberak egindako ahalegina ezagutzea. - Ideiak ekartzeko eta taldeak jarraitu beharreko prozedurak adosteko prestasuna eta ekimen pertsonala izatea (zereginen banaketa komenigarriena).

d) Orientabide metodologikoak

Modulu hau irakatsi eta ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziazioa

Modulu honetan, ikaskuntzaren emaitzak ondoren azaltzen diren 7 eduki-multzoekin erlazionatuta daude:

1. **multzoa:** *Bezeroarentzako Arreta Saila antolatzea.*
2. **multzoa:** *Bezeroari arreta emateko egoeretan komunikazio-teknikak erabiltzea.*
3. **multzoa:** *Informazio-sistema bat antolatzea.*
4. **multzoa:** *Kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko organismoak eta erakundeak identifikatzea.*
5. **multzoa:** *Kexak eta erreklamazioak kudeatzea.*
6. **multzoa:** *Bitartekotza- eta arbitraje-prozesuak deskribatzea.*
7. **multzoa:** *Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arreta-zerbitzua eta haren kalitatea hobetzeko plan bat lantzea.*

Modulua sekuentziatzeko garaian, nabarmendu beharra dago ez direla nahasi behar "eduki-multzoa" eta "unitate didaktikoa". Ikasleek eskuratu behar dituzten jakintzak argi eta garbi eta modu ulergarrian islatzea beste helbururik ez dute eduki-multzoek. Unitate didaktikoak, aldiz, irakasleak eduki-multzoetan oinarrituta garatuko dituenak dira, modulua ikasgelan irakasteko programatzen duenean.

Bestalde, modulu honen eta "**Harreman publikoak eta marketin-ekitaldien antolamendua**" modulua arteko lotura kontuan izanik, kurtsoan zehar elkarlanean oinarritutako ikaskuntza-lana planteatzea proposatzen da.

Modulua ikasleak kokatuko dituen unitate didaktiko batekin hastea aholkatzen da, hartara ikasleak aukera izango baitute kontzeptuzko, prozedurazko eta jarrerazko

edukien ikuspegi orokorra hartzeko eta horiek moduluaren ebaluazioari begira baloratzeko eta zikloko beste modulu batzuekiko erlazioez jabetzeko.

Moduluaren aurkezpena egin ondoren, hauxe izan liteke haren sekuentziazio egokia:

- Hasteko, **1. multzoko** edukiak jorratuko ditugu, multzo horren asmoa baita enpresa edo antolakunde baten irudi eta nortasun korporatiboa definitzea, hainbat antolamendu-egitura taxutzea eta horien organigrametan Bezeroarentzako Arreta Saila kokatzea.
- Ondoren, **2. multzoa** irakatsiko da. Multzo horretan, funtsean, komunikazio-prozesua definitu eta prozesu horren kanalak eta faseak bereizi nahi dira. Multzo horretan hainbat komunikazio-egoera lantzen dira: ahozkoa, hitzik gabekoa, telefono bidezkoa, idatzizko komunikazioa, sarearen bidezko komunikazioa, eta abar. Enpatia edo pertsona arteko adimena lantzea azpimarratuko da, bezeroen beharrak hobeto ulertzeko gaitasuna ahalbidetzeko. Halaber, harreman horretan asertibotasuna landuko da, komunikazioa kongruentea, argia, zuzena eta orekatua izan dadin.
- Ondoren, **3. multzoa** jorratuko dugu. Multzo horretan informazioa antolatzeko eta artxibatze teknika deskribatuko dira, horretarako teknika nagusiak identifikatu eta horien abantailak eta eragozpenak aztertuko dira. Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arretaren alorreko hainbat informazio mota sailkatzea jorratuko da, eta bezeroen datu-baseak landu, eguneratu eta kontsultatuko dira horretarako. Bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresnak (CRM) maneiatzeko hastapenak irakatsiko zaizkie ikasleei.
- Aurreko multzoen garapena abiapuntu harturik, **4. eta 6. multzoak** landuko dira jarraian. **4. multzoan** kontsumitzailearen eta erabiltzailearen rola definituko da, indarrean dagoen araudia interpretatuko da, eta kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko erakunde eta organismo publikoak eta erakunde pribatuak identifikatuko dira. **6. multzoan** kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko bitartekotza- eta arbitraje-prozesuak aztertuko dira. Horretarako, kontsumoko bitartekotzaren eta arbitrajearen kontzeptuak definituko dira; bitartekotza- eta arbitraje-prozesu bati dagozkion dokumentuak landuko dira; eta bitartekotza- eta arbitraje-prozesu bat deskribatuko da.
- Arestian aipatutako multzoak irakatsi ondoren, **5. multzoa** jorratuko litzateke. Multzo horri hasiera emateko, kontsulta, kexa, erreklamazio eta salaketa motak ezaugarrituko dira. Multzo horretan, halaber, kexak eta erreklamazioak izapidetzeko prozesuaren prozedura, faseak, modua eta epeak definituko dira, eta erreklamazioak kudeatzeko komunikazio-teknikak (entzute aktiboa, enpatia, asertibotasuna...) eta negoziazio-teknikak aplikatuko dira.
- Azkenik, **7. multzoa** irakatsiko litzateke. Multzo horretako edukiak bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arretaz-erbitzua eta haren kalitatea hobetzeko plan bat lantzerantz bideratuta daude. Eginkizun horretan, zerbitzuaren kalitatea optimizatzeko neurriak sartuko dira eta indarrean dagoen legeria errespetatuko da.

2) Alderdi metodologikoak

Ikasleak bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arretarekin eta kexa eta erreklamazioen kudeaketarekin erlacionatutako funtzioak betetzeko beharrezkoak diren jakintzak eskuratzera bideratuta dago modulu hau.

Adierazitako helburua lortzeko, komenigarritzat jotzen da alderdi hauek lantzea:

- Enpresetan eta antolakundeetan Bezeroarentzako Arreta Saila antolatzea.
- Bezeroari, kontsumitzaileari eta erabiltzaileari informazioa eta aholkularitza emateko ekintzak garatzea.
- Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arretazerbitzuari buruzko dokumentazioa antolatzea, tratatzea eta artxibatzea.
- Bezeroari, kontsumitzaileari eta erabiltzaileari informazioa eta aholkularitza emateko egoeretan komunikazio-teknikak aplikatzea, eta kontsultak, kexak eta erreklamazioak kudeatzea.
- Erreklamazio-egoeretan negoziazio-teknikak aplikatzea, eta alderdien arteko adostasunezko konponbideak erdiesten ahalegintzea.
- Kontsumo-alorreko gatazka-egoerei konponbidea aurkitzeko bitartekotza- eta arbitraje-prozesuetan parte hartzea.
- Bezeroari, kontsumitzaileari edo erabiltzaileari arreta/informazioa emateko prozesuen kalitatea kontrolatzeko eta ebaluatzeko metodoak aplikatzea.
- Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arretazerbitzua eta haren kalitatea hobetzeko planak lantzea.
- Galdutako bezeroak berreskuratzea.
- Bezeroen leialtasuna lortzea.

Multzo bakoitzeko kontzeptuak eta prozedurak ikusi ondoren, kontzeptuzko eta prozedurazko fasean eskuratutako jakintzak aplikatzeko aukera emango duten kasu guztiz praktikoak ebaztea (PBL-AOI) aholkatzen da. Komenigarria izan daiteke kasu horiek aztergai dugun **"Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta"** moduluarekin erdietsi nahi den funtzioarekin lotutako lanbide-jardueretatik planteatzea: kexak eta erreklamazioak kudeatzea eta ebaztea, eta edozein enpresa edo antolakundetako Erabiltzailearentzako, Kontsumitzailearentzako edo Erabiltzailearentzako Arreta Saila antolatzea eta kontrolatzea.

Komenigarria izan daiteke multzo bakoitzean eskuratutako jakintza guztiak bilduko dituen PBL-AOI kasu bat planteatzea 3. ebaluazioan.

Amaitzeko, modulu honetako irakasleak ahalik eta gehien sustatu behar du talde-lana, elkarlanean oinarritutako lanaren bitartez. Hori dela-eta, jorratzen diren kasuetan **elkarrekin ikastearekin eta elkarlanarekin** erlazionatutako zeharkako konpetentziak landuko dira: **bere kabuz ikastea, modu esanguratsuan ikastea eta taldean lan egitea.**

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

- ✓ Bezeroarentzako Arreta Saila antolatzea:
 - Deigune (*contact center*) bateko merkataritza-elkarrizketa batean aplikatzekoa den gidoia garatzea, bezero mota kontuan hartuta.
 - Bezeroei arreta emateko fitxa bat garatzea eta betetzea.
- ✓ Bezeroari arreta emateko egoeran komunikazio-teknikak erabiltzea:
 - Bezeroari arreta emateko egoeretan hitzezko eta hitz gabeko komunikazioaren garapena grabatzea.
 - Bezeroekiko komunikazioko hitzezko eta hitz gabeko portaerari buruzko bideo bat aztertzea.
- ✓ Informazio-sistema bat antolatzea:
 - Bezeroarentzako arretarekin zerikusia duen dokumentazioa lantzea.

- Suposizio praktikoak bezeroekiko harremanak kudeatzeko tresna (CRM) erabilia garatzea.
- ✓ Kontsumitzailea eta erabiltzailea babesteko organismoak eta erakundeak identifikatzea eta bitartekotza- eta arbitraje-prozesuak deskribatzea:
 - Bitartekotza- eta arbitraje-suposizioak aztertzea.
 - *Role-playing*.
 - Erakunde ofizial eskudunaren aurrean gorabehera baten erreklamazioa lantzea eta haren jarraipena egitea.
 - Kasu bat indarrean dagoen araudia kontuan hartuta aztertzea.
- ✓ Kexak eta erreklamazioak kudeatzeko prozesua aztertzea:
 - Kexak eta erreklamazioak ebazteko proposamena.
 - Telefono-dei baten garapena grabatzea.
- ✓ Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako edo erabiltzailearentzako arreta-zerbitzua eta haren kalitatea hobetzeko plan bat lantzea:
 - Zerbitzua eta haren kalitatea hobetzeko plan bat lantzea.
 - Kalitate-plana praktikan jartzeko ariketa garatzea.

11. lanbide-modulua

INGELESA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Ingelesa
Kodea:	0179
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	165 ordu
Kurtsoa:	1.a
Kreditu kop.:	7
Irakasleen espezialitatea:	Ingelesa (Bigarren Irakaskuntzako irakaslea)
Modulu mota:	Zeharkako modulua
Helburu orokorrak:	15 / 16 / 17 / 18 / 19 / 20 / 21 / 22 / 23 / 25

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

1. Edozein komunikazio-bitartekoren bidez hizkuntza estandarrean egindako orotariko ahozko diskurtsoetan bildutako informazio profesionala eta egunerokoa ezagutzen du, eta mezuaren edukia interpretatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- Mezuaren ideia nagusia identifikatu du.
- Hizkuntza estandarrean ahoskatutako irrati bidezko mezuen helburua eta bestelako material grabatuaren edo erretransmitituaren helburua ezagutu du, eta hiztunaren aldartea eta tonua identifikatu du.
- Bizitza sozialarekin, profesionalarekin edo akademikoarekin lotzen diren hizkuntza estandarreko grabazioetatik atera du informazioa.
- Hiztunaren ikuspuntuak eta jarrerak identifikatu ditu.
- Hizkuntza estandarrean eta erritmo normalean egindako gai zehatzei eta abstraktuei buruzko mezu eta adierazpenen ideia nagusiak identifikatu ditu.
- Hizkuntza estandarrean adierazten zaiona xehetasun guztiakin ulertu du, baita ingurune zaratatsu batean ere.
- Hitzaldi, solasaldi eta txostenetako ideia nagusiak atera ditu, baita hizkuntza-mailan konplexuak diren aurkezpen akademiko eta profesionaleko beste modu batzuetako ideia nagusiak ere.
- Mezu bat bere elementu guzti-guztiak ulertu gabe orokorrean konprenitzea zeinen garrantzitsua den konturatu da.

2. Idatzizko testu zailetan bildutako informazio profesionala interpretatzen du, edukiak modu ulerkorrean aztertuta.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Independentzia-maila handiarekin irakurri du, eta irakurmenaren abiadura eta estiloa testuetara eta xedeetara egokitu du eta erreferentzia-iturri egokiak modu selektiboan erabili ditu.
- b) Bere espezialitateari dagozkion gutunak interpretatu ditu, eta erraz ulertu du funtsezko esanahia.
- c) Zehatz-mehatz interpretatu ditu testu luze eta zail samarrak, bere espezialitatearekin lotzen direnak eta lotzen ez direnak, betiere atal zailak berriro irakurtzeko aukera badu.
- d) Aztergai duen sektorearen esparruarekin erlazionatu du testua.
- e) Berehala identifikatu du askotariko gai profesionali buruzko albisteen, artikuluen eta txostenen edukia eta garrantzia, eta analisi sakonagoa behar den erabaki du.
- f) Testu zailen itzulpenak egin ditu, eta, beharrezkoa izan denean, laguntza-materiala erabili du.
- g) Euskarri telematikoen bitartez (e-posta, faxa, besteak beste) hartutako mezu teknikoak interpretatu ditu.
- h) Bere espezialitateko jarraibide luzeak eta zailak interpretatu ditu.

3. Ahozko mezu argiak eta ondo egituratuak ematen ditu, eta egoeraren edukia aztertzen du eta solaskidearen hizkuntza-erregistrora egokitzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Mezua igortzeko erabilitako erregistroak identifikatu ditu.
- b) Emari, doitasun eta eraginkortasunez mintzatu da askotariko gai orokorrei, akademikoei eta profesionali buruz, edo aisialdiko gaiei buruz, eta argi lotu ditu ideiak.
- c) Naturaltasunez komunikatu da eta zirkunstantzien arabeko formaltasun-maila egokiaz egin du.
- d) Aurkezpen formaletan eta informaletan protokolo-arauak erabili ditu.
- e) Lanbidearen terminologia behar bezala erabili du.
- f) Argi eta garbi adierazi eta babestu ditu bere ikuspuntuak, eta azalpen eta argudio egokiak eman ditu.
- g) Bere kompetentziako lan-prozesu bat deskribatu eta sekuentziatu du.
- h) Lanerako aukera edo prozedura jakin bat hautatzea xehetasun guztiekin argudiatu du.
- i) Beharrezkotzat jo duenean diskurtsoa edo horren zati bat berriz formulatzeko eskatu du.

4. Sektoreko edo bizitza akademikoko eta eguneroko bizitzako dokumentuak eta txostenak egiten ditu, eta hizkuntza-baliabideak haren xedearekin lotzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Espezialitatearekin lotzen diren askotariko gaiei buruzko testu argiak eta zehatzak idatzi ditu, eta hainbat iturritatik jasotako informazioak eta argudioak laburtu eta ebaluatu ditu.
- b) Informazioa zuzentasunez, doitasunez, koherentziaz eta/edo kohesioz antolatu du, eta informazio orokorra edo zehatza eskatu eta/edo eman du.
- c) Txostenak idatzi ditu, alderdi adierazgarriak nabarmendu ditu eta lagungarriak izango diren xehetasun garrantzitsuak eman ditu.
- d) Bere lanbide-eremuko dokumentazio espezifikoa bete du.

- e) Dokumentuak betetzerakoan ezarritako formulak eta hiztegi espezifikoak aplikatu ditu.
- f) Artikuluak, jarraibideen eskuliburuak eta bestelako dokumentu idatzi batzuk laburbildu ditu, eta, horretarako, hiztegi zabala erabili du, errepikapenak saihestearren.
- g) Landu beharreko dokumentuaren berezko adeitasun-formulak erabili ditu.

5. Komunikazio-egoeretan jarrera eta portaera profesionalak aplikatzen ditu, eta atzerriko hizkuntzaren herrialdeko harreman tipiko bereizgarriak deskribatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Atzerriko hizkuntza hitz egiten den erkidegoko ohitura eta usadioen ezaugarri esanguratsuenak definitu ditu.
- b) Herrialdearen berezko gizarte-harremanetako protokoloak eta arauak deskribatu ditu.
- c) Atzerriko hizkuntza hitz egiten den erkidegoko berezko balioak eta sinesmenak identifikatu ditu.
- d) Sektorearen berezko alderdi sozio-profesionalak identifikatu ditu edozein testu motatan.
- e) Atzerriko hizkuntza hitz egiten den herrialdearen berezko gizarte-harremanetako protokoloak eta arauak aplikatu ditu.
- f) Eskualde-jatorriaren hizkuntza-markak ezagutu ditu.

c) Oinarrizko edukiak

1. AHOZKO MEZUAK ULERTZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ahozko mezu profesionalak eta egunerokoak ulertzea –zuzenekoak zein telefono bidezkoak, irrati bidezkoak edo grabatuak–. - Ahozko testu baten ideia nagusiak eta bigarren mailakoak identifikatzea. - Beste hizkuntza-baliabide batzuk ezagutzea: adostasuna eta desadostasuna, hipotesiak eta espekulazioak, iritziak eta aholkuak, pertsuasioa eta ohartarazpenak.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Administrazioaren eta kudeaketaren sektoreko terminologia espezifikoak. - Ahozko testuak ulertzeko beharrezko gramatika-baliabideak. Esate baterako: aditz-denborak, preposizioak, <i>phrasal verbs</i>, lokuzioak, izaeraren eta zalantzaren adierazpena, boz pasiboaren erabilera, perpaus erlatiboak, zeharkako estiloa, aditz modalak... - Ahozko hizkuntzaren hainbat azentu.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ulertzeko interesa izatea. - Hizkuntza bakoitzaren berezko adeitasun-arauak eta erregistro-desberdintasunak errespetatzea.

2. IDATZIZKO MEZUAK INTERPRETATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Mezuak, testuak, oinarrizko artikulak profesionalak eta egunerokoak ulertzea. - Edozein euskarri tradizionalan edo telematikoetan (fax, e-posta, burofaxa) emandako testuak ulertzea.
-----------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> - Sektorearekin lotzen diren mota guztietako testu-tipologiak ezagutzea. - Erlazio logikoak ezagutzea: aurkakotasuna, kontzesioa, konparazioa, baldintza, kausa, helburua, emaitza. - Denbora-erlazioak bereiztea: aurrekotasuna, gerokotasuna, aldiberekotasuna.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Administrazioaren eta kudeaketaren arloko terminologia espezifikoa. - Idatzizko testuak ulertzeko beharrezko gramatika-baliabideak: aditz-denborak, preposizioak, <i>phrasal verbs</i>, lokuzioak, izaeraren, zalantzaren eta desioaren adierazpena, boz pasiboaren erabilera, perpaus erlatiboak, zeharkako estiloa, aditz modalak... - Sektorean ohikoenak diren testu-tipologien egitura.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ulertzeko interesa izatea. - Lanbidearekin lotzen diren edozein motatako testuak ulertzeko beharrezko baliabideak erabiltzen autonomiaz jardutea. - Hizkuntza bakoitzaren berezko adeitasun-arauak eta erregistro-desberdintasunak errespetatzea. - Informazio-iturriekiko jarrera erreflexiboa eta kritikoa izatea.

3. AHOZKO MEZUAK SORTZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Beste hizkuntza-baliabide batzuk erabiltzea: adostasuna eta desadostasuna, hipotesiak eta espekulazioak, iritziak eta aholkuak, pertuasioa eta ohartarazpenak. - Gizarte-harremanen markatzaile linguistikoak, adeitasun-arauak eta erregistro-desberdintasunak erabiltzea. - Ahozko diskurtsoa mantentzea eta jarraitzea: hitz egiteko txanda hartzea, mantentzea eta lagatzea, sostengua ematea, ulertzen dela erakustea, argibideak eskatzea, eta abar. - Intonazioa ahozko testuaren kohesio-baliabide gisa erabiltzea: intonazio-ereduak erabiltzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Gramatika-baliabideak, ahozko mezuak sortzeari dagokionez: aditz-denborak, preposizioak, <i>phrasal verbs</i>, lokuzioak, izaeraren eta zalantzaren adierazpena, boz pasiboaren erabilera, perpaus erlatiboak, zeharkako estiloa, aditz modalak... - Ahozko mezuak igortzeko erabiltzen diren erregistroak. - Administrazio-arloko terminologia espezifikoa. - Fonetika, intonazioa eta erritmoa, ahozko mezuei dagokienez.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ikasgelan ingelesa erabiltzearen aldeko jarrera positiboa izatea. - Informazio-trukean bete-betean parte hartzea. - Atzerriko hizkuntzan komunikatzeko norberaren gaitasunaz jabetzea. - Hizkuntza bakoitzaren berezko adeitasun-arauak eta erregistro-desberdintasunak errespetatzea.

4. IDATZIZKO TESTUAK IGORTZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Hainbat euskarritan emandako sektoreko dokumentu eta testu profesionalak eta egunerokoak adieraztea eta betetzea. - Testu koherenteak lantzea: <ul style="list-style-type: none"> • Testua komunikazio-testuingurura egokitzea.
----------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Testuaren mota eta formatua. • Hizkuntza-aldaera. • Erregistroa. • Gairako sarrera eta diskurtsoaren hasiera. Garapena eta iritsiera: adibideak. Diskurtsoaren amaiera eta laburpena. • Sektoreko terminologia espezifikoak egoki erabiltzea. • Egitura sintaktikoak hautatzea. • Puntuazio-markak erabiltzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Sektoreko terminologia espezifikoak. - Testuak igortzeko beharrezko gramatika-baliabideak: aditz-denborak, preposizioak, <i>phrasal verbs</i>, lokuzioak, aditz modalak, lokuzioak, boz pasiboaren erabilera, perpaus erlatiboak, zeharkako estiloa. - Beste baliabide batzuk: aurkakotasuna, kontzesioa, konparazioa, baldintza, kausa, helburua, emaitza. - Loturak: <i>although, even if, in spite of, despite, however, in contrast...</i> - Eratorpena: adjektiboak eta substantiboak osatzeko atzizkiak. - Denbora-erlazioak: aurrekotasuna, gerokotasuna, aldiberekotasuna. - Sektorean ohikoenak diren testu-tipologien egitura.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Testuaren garapenean koherentziaren premia baloratzea. - Lanbidearekin lotzen diren edozein motatako testuak sortzeko beharrezko baliabideak erabiltzeko autonomia izatea. - Hizkuntza bakoitzaren berezko adeitasun-arauak eta erregistro-desberdintasunak errespetatzea.

5. INGELESAREKIN ZERIKUSIA DUTEN KULTURA ELEMENTURIK ADIERAZGARRIENAK IDENTIFIKATZEA ETA INTERPRETATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Enpresaren irudi ona proiektatzeko portaera sozioprofesionala eskatzen duten egoeretan baliabide formalak eta funtzionalak erabiltzea. - Komunikazioaren testuinguruaren, solaskidearen eta solaskideen asmoaren arabera, erregistrorik egokienak erabiltzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Ingelesa hizkuntza duten herrialdeetako elementu soziokultural esanguratsuenak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Nazioarteko harremanetan arau soziokulturalak eta protokoloak baloratzea. - Atzerriko hizkuntza ezagutzea, bizitza pertsonalean eta profesionalean interesgarriak izan daitezkeen jakintzak areagotzeko.

d) Orientabide metodologikoak

Modulu hau irakatsi eta ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziazioa

Hizkuntzaren arloan prozedurazko edukiek dute pisu gehien, eta, horrenbestez, oso garrantzitsuak izango dira ikasgelako lan-prozesua antolatzeko garaian.

Bestalde, lanbidearen inguruko hizkuntza-komunikazioko egoeretan prozedura horiek landuko dituen ibilbide didaktikoa antolatu beharko da.

Gauzak horrela, oinarrizko hizkuntza-konpetentziak (entzumena, irakurmena, mintzamena eta idazmena) garatzea izango da helburua, betiere lanbide-postu horretan gertatu ohi diren egoerei dagokienez.

Ondoren, eta irakasleari laguntzearren, ingelesaren arloan lantzeko garrantzitsuak izan daitezkeen titulu honetako modulu-tako hainbat gairen zerrenda iradokiko dugu:

- Kontratu-ereduak.
- Ahozko komunikazio-teknikak.
- Idatzizko lanbide-dokumentuak egitea.
- Bezeroarentzako arreta.
- Kexak, kontsultak eta erreklamazioak kudeatzea.
- Hornitzaileekiko harremana kudeatzea.
- Laneko prestakuntza eta orientabidea, eta abar.

Zerrendaren ordena horrekin ez da irakasgaiaren sekuentziazioa finkatu nahi. Are gehiago, bidezkoa da gai horiek batera lantzeko ingeles-irakaslearen eta modulu-tako gainerako irakasleen arteko koordinazioa egotea.

2) Alderdi metodologikoak

Komeni da irakasleak komunikazio-egoera errealetan oinarritzea ikuspegi metodologikoa, hizkuntza baten ondoriozko jakintza-konplexu globala eskuratzeko bitarteko gisa.

Ingelesa izango da ikasgelako komunikazio-tresna eta ikasleek erabil dezaten bultzatuko da, nahiz eta adierazpena zuzena ez izan.

Aurreko atalean aditzera emandako bost hizkuntza-konpetentziak garatzea da helburua, eta pixkanaka sortuko diren hizkuntza-beharren mende landuko dira kontzeptuzko edukiak.

Horrela, helbururik garrantzitsuenetako bat ikasleek ikasten ikastea da. Hau da, ikasleak zereginak, proiektuak eta abar planifikatzeko autonomoak izatea eta, horrenbestez, honakoa egiteko gauza izatea:

- Ikaskuntzako helburuak finkatzeko.
- Materialak, metodoak eta zereginak hautatzeko.
- Lana egiteko.
- Ebaluazio-irizpideak ezartzeko eta erabiltzeko.

Hori guztia bakarka zein taldeka egin beharko dute, ezin baitugu ikaskuntzako faktore soziala ahaztu. Hori lortuko bada, lana planifikatzeko, garatzeko eta ebaluatzeko benetako aukera eman beharko diegu ikasleei. Horrek ikasleek ikasgelan gero eta inplikazio eta protagonismo handiagoa izatea ekarriko du.

Ikasgelako espazioaren antolamenduari dagokionez, talde-lanari, bikoteko lanari eta bakarkako lanari erraz egokitu ahal izango zaion ikasgela izango da egokiena. Ikasgela horretan materiala, interneterako konexioa duten ordenagailuak, bideo-proiektagailua, lan-taldeentzako lan-plangintza jasoko duten txartelak jartzeko kortxoak, eta abar eduki ahal izango da.

Materialei dagokienez, askotariko bitartekoak eta benetako materiala erabiltzea gomendatzen da: aldizkariak, web orriak, liburuxkak, dokumentuak, ikus-entzunezko materiala...

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

- ✓ Modulu hau garatzeko erabilgarriak izan daitezkeen jarduerak eta ideiak deskribatuko ditugu.
- ✓ Proiektuak lantzea. Beste gai batekin hasteko garaian, “*brainstorming*” edo ideia-zurrumbiloa egin daiteke talde txikitik. Askotan honako formula da baliagarria: “*gai jakin horren inguruan zer dakizun, zer zalantza duzun, zer ikasi nahi duzun, edo zer egiten jakin nahi duzun*”. Ikasleek –talde txikietan edo bikoteka– gaiaren zer alderdi nahiago duten garatu hautatu behar dute. Lana egin ostean, ahoz aurkeztuko dira proiektuak, eta gainerako ikaskideekin partekatuko dira gaiaren edukia, ikasitako hiztegia edo adierazpideak eta proiektuak lantzean erabilitako prozedurak.
- ✓ Kexen inguruan, produktu bat merkaturatzean –eta beste egoera batzuetan– sor daitezkeen arazoak ebaztea izango da aurreko jardueraren aldaeretako bat. Honakoa izan daiteke jarraitu beharreko prozesua:
 - Arazoa identifikatzea.
 - Arazoarekin ohitzea (arazo horren edozein alderdiren inguruan zer dakigun egiten).
 - Zereginak planifikatzea eta garatzea (eztabaidaren eta ikerketaren bitartez ebaziko dira gaiak).
 - Emaitzak gainerakoekin trukitzea ahoz zein idatziz.
 - Ikasi dutenari buruzko gogoeta egitea, eta ondorengo proiektuetarako ondorioak ateratzea (zer egon den ondo eta zer hobetu behar dudan).
- ✓ Gai baten inguruko eztabaidak. Prozedura: ikasleek gaiarekin lotzen diren testuak irakurtzen dituzte eta eztabaidatu beharreko galderak erantzuten dituzte. Talde bakoitzean koordinatzaile bat izendatuko da eta bateratze-lana egingo da. Azkenean, moderatzaileak biltzen ditu ondorioak.
- ✓ Ikasturtean web orri bat edo blog bat garatzea, eta bertan ikasle bakoitzak etorkizunean baliagarriak izan dakizkiokeen web estekak, jarduerak, hiztegia eta ideiak jaso ahal izatea.
- ✓ Elkarriketa-txartelak: ikasle bakoitzak txartel batean gai edo egoera bat eta hainbat galdera idatziko ditu (bezero baten, erreklamazioen, azalpen zehatz baten, informazio laburren eta abarren gaineko galderak, eta abar). Astero txartel bat aterako da, eta talde bakoitzak gai horren inguruan hitz egingo du edo egoera antzeztuko du.
- ✓ Sektorearekin lotzen diren dokumentuak interpretatzea eta lantzea: merkataritza-gutunak, liburuxkak, katalogoak, erreserbak, itzulpenak, txostenak, curriculumak...
- ✓ Hizkuntzaren eduki kontzeptualekin lotzen diren jarduerak. Zereginak ebaluatzean, kontzeptuzko edukiekin lotzen diren arazoak hautematen badira, denbora-tarte jakin bat eskainiko da ikasle bakoitzak behar duenaren gainean lan egin dezan. Horretarako, gramatikak, web orriak eta audioak erabiliko ditu. Ikasleek bateratze-lana egingo dute eta ikasi dutena besteekin partekatuko dute.
- ✓ Lan-prozesuaren autoebaluazioa. Zereginak amaitzean, ikasleek autoebaluazioko orria beteko dute, eta ikasi dutenari buruz eta etorkizuneko beharrei buruzko ondorioak aterako dituzte.

12

12. lanbide-modulua

MARKETINEKO ETA PUBLIZITATEKO PROIEKTUA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Marketineko eta publizitateko proiektua
Kodea:	1012
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	50 ordu
Kurtoa:	2.a
Kreditu kop.:	5
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa (Bigarren Irakaskuntzako irakaslea) Merkataritza-prozesuak (Lanbide Heziketako irakasle teknikoa)
Modulu mota:	Tituluaren profilari lotutako modulua
Helburu orokorrak:	Guztiak

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

1. Produzio-sektorearen beharrak identifikatzen ditu eta behar horiek ase ditzaketen ereduzko proiektuekin lotzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- Sektoreko enpresak antolamendu-ezaugarrien arabera eta eskaintzen duten produktuaren edo zerbitzuaren arabera sailkatu ditu.
- Ereduzko enpresak ezaugarritu ditu eta, horretarako, sail bakoitzaren funtzioak eta antolamendu-egitura eman du aditzera.
- Enpresei gehien eskatzen zaizkien beharrak identifikatu ditu.
- Sektorean aurreikus daitezkeen negozio-aukerak baloratu ditu.
- Aurreikusten diren eskariei erantzuteko behar den proiektu mota identifikatu du.
- Proiektuak izan behar dituen berariazko ezaugarriak zehaztu ditu.
- Zerga-betebeharrak, lanekoak eta arriskuen prebentziokoak, eta horiek aplikatzeko baldintzak zehaztu ditu.
- Proposatzen diren produzio edo zerbitzuko teknologia berriak txertatzeko jaso daitezkeen laguntzak edo diru-laguntzak identifikatu ditu.
- Proiektua lantzeko jarraitu beharreko lan-gidoia landu du.

2. Tituluan adierazitako konpetentziekin lotutako proiektuak diseinatzen ditu, eta horiek osatzen dituzten faseak barne hartu eta garatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Proiektuan jorratuko diren alderdiei buruzko informazioa bildu du.
- b) Bideragarritasun teknikoari buruzko azterlana egin du.
- c) Proiektua osatzen duten faseak edo zatiak eta horien edukia identifikatu ditu.
- d) Lortu nahi diren helburuak ezarri ditu eta horien iritsiera identifikatu du.
- e) Egiteko beharrezkoak diren baliabide naturalak eta pertsonalak aurreikusi ditu.
- f) Dagokion aurrekontu ekonomikoa egin du.
- g) Abian jartzeko finantziazio-beharrak identifikatu ditu.
- h) Diseinatze beharrezko dokumentazioa definitu eta landu du.
- i) Proiektuaren kalitatea ziurtatzeko kontrolatu beharreko alderdiak identifikatu ditu.

3. Proiektua gauzatzea planifikatzen du, esku hartzeko plana eta lotzen den dokumentazioa zehatzuz.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Jarduerak sekuentziatu ditu, eta inplementatze-beharren arabera antolatu ditu.
- b) Jarduera bakoitzerako beharrezko baliabideak eta logistika finkatu ditu.
- c) Jarduerak gauatzeko baimenen beharrak identifikatu ditu.
- d) Jarduerak gauatzeko edo jarduteko prozedurak finkatu ditu.
- e) Proiektua inplementatzeari datxezkion arriskuak identifikatu ditu, eta arriskuei aurrea hartzeko plana eta beharrezko bitartekoak eta ekipamenduak definitu ditu.
- f) Baliabide materialak eta giza baliabideak eta gauzatze-denborak esleitzeko plangintza egin du.
- g) Inplementatzearen baldintzei erantzuten dien balorazio ekonomikoa egin du.
- h) Proiektua inplementatzeko edo gauatzeko beharrezko dokumentazioa zehaztu eta prestatu du.

4. Proiektua gauatzean, jarraipena eta kontrola egiteko prozedurak definitzen ditu, eta erabilitako aldagaiak eta tresnak hautatu izana justifikatzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Jarduerak edo esku-hartzeak ebaluatze prozedura definitu du.
- b) Ebaluazioa egiteko kalitate-adierazleak definitu ditu.
- c) Jarduerak egitean sor daitezkeen gorabeherak eta litekeen konponbidea ebaluatze eta horiek erregistratzeko prozedura definitu du.
- d) Baliabideetan eta jardueretan izan daitezkeen aldaketak kudeatzeko prozedura definitu du, horiek erregistratzeko sistema barne.
- e) Jarduerak eta proiektua ebaluatze beharrezko dokumentazioa definitu eta landu du.
- f) Erabiltzaileei edo bezeroei buruzko ebaluazioan parte hartzeko prozedura ezarri du, eta berariazko dokumentuak prestatu ditu.
- g) Proiektuaren baldintza-agiria betetzen dela bermatzeko sistema ezarri du, halakorik dagoenean.

5. Proiektua aurkeztu eta defendatzen du. Horretarako, eraginkortasunez erabiltzen ditu proiektua gauatzean eta heziketa-zikloko ikasteko prozesuan bereganatutako konpetentzia teknikoak eta pertsonalak.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Proiektuari buruzko memoria-dokumentua egin du.

- b) Informazioaren eta komunikazioaren teknologia berriak erabiliko dituen aurkezpena prestatu du.
- c) Proiektuaren azalpena egin du, eta, horretarako, proiektuaren helburuak eta eduki nagusiak deskribatu ditu eta bertan jasotzen diren ekintza-proposamenak aukeratu izana justifikatu du.
- d) Azalpenean komunikazio-estilo egokia erabili du eta, ondorioz, azalpen antolatua, argia, atsegina eta eraginkorra lortu du.
- e) Proiektua defendatu du, eta talde ebaluatzaileak haren inguruan egindako galderei arrazoiak emanez erantzun die.

c) Orientabide metodologikoak

Modulu hau irakatsi eta ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziazioa

Modulu honen helburua da heziketa-ziklo osoan zehar landu diren kompetentzia profesionalak, pertsonalak eta sozialak indartu eta finkatzea. Horretarako, talde-proiektu bat garatuko da.

Bi edo hiru ikasleko taldeak osatzea izango da lehen urratsa. Talde horien bidez ikasle guztiak proiektuaren garapenean inplika daitezten lortuko da. Talde homogeneousak eta gaitasun osagarriak izango dituztenak ezartzen saiatuko da.

Taldearen lehen eginkizuna garatu beharreko proiektua aukeratzea izango da. Modulu hau denboran bat datorrenez "Lantokiko prestakuntza" moduluarekin, praktikak egiten direneko enpresa ideia-iturri egokia izan daiteke proiekturako. Nolanahi ere, komenigarria izango da tutoreak garatu ahal izango diren zenbait proiektu teknikoki bideragarri eskura izatea.

Ondoren, proiektua garatzeko eredu bati jarraituz, haren faseak landuko dira:

- Diseinua.
- Plangintza.
- Gauzatzea eta jarraipena egitea.
- Amaiera eta ebaluazioa.

Azkenik, talde bakoitzak proiektuaren aurkezpena eta defentsa prestatu eta gauzatuko du, eta, horretarako, informazioaren eta komunikazioaren teknologietan oinarritutako aurkezpen-teknikak erabiliko ditu.

2) Alderdi metodologikoak

Modulu hau antolatzeko garaian, irakatsi eta ikasteko metodologia aktiboak erabiltzea proposatzen da, hala nola talde-lana eta PBL-AOI (*Problem Based Learning* - Arazoetan Oinarritutako Ikaskuntza). Zehazki, zikloko zenbait moduluren kompetentziak zeharka bilduko dituzten proiektuen garapenean berriaz oinarritutako PBL metodologia erabili daiteke. Metodologia horiek ikaslea behartzen dute arazoak identifikatzera, horiek konpontzeko hautabideak bilatzera, horretarako beharrezko baliabideak abian jartzera eta informazioa behar bezala kudeatzera.

Gainera, metodologia horiek bakarlaneko uneak sustatzen dituzte, eta lan horiek garrantzi handikoak dira taldea osatzen duten ikasleetako bakoitzak proiektua defendatzean erakutsi beharko dituen ezagutzak eta kompetentziak eskuratzeko.

Bestalde, talde-lanak harreman-konpetentziak garatzen ditu ikasleengan, eta taldeen funtzionamenduarekin eta ondoriozko guztiarekin ohitzen ditu ikasleak: talde-antolamenduarekin, rolen eta zereginen banaketarekin, pertsonen arteko komunikazioarekin, gatazken ebazpenarekin, eta abar.

Ikasleen autoikaskuntza osatzeko, talde bakoitzaren aldian behingo jarraipenak egitea proposatzen da. Horrela, ikaskuntza gidatu ahal izango da, eta finkatutako helburuen barruan mantendu ahal izango da taldea. Gainera, sortzen diren beharren arabera, laguntzako azalpen edo mintegiren bat programatzea gomendatzen da, proiektua garatzeko beharrezkoak diren berariazko edukiei edo metodologiei buruzko ezagupenetan gabeziak betetzeko.

Azkenik, talde bakoitzak landutako proiektuaren azalpen bat egitea proposatzen da, bi helburu hauekin:

- Proiektua garatzean ikasle bakoitzak bereganatutako konpetentzia teknikoak ebaluatzea.
- Komunikazioari dagokionez, ikasleen konpetentzia pertsonalak eta sozialak ebaluatzea.

Azalpena prestatu eta garatzeko, ikasleei teknologia berriak erabil ditzaten proposatuko zaie (diapositiba-aurkezpenak, web-orrien formatuak eta abar lantzeko informatika-aplikazioak). Horretarako, proiektzio-kanoiak eta ordenagailuak ere erabiliko dituzte, etorkizunean lanaren jardunean erabilgarriak izango dituzten erremintekin ohitzeko.

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

Modulua ebaluatzeko garaian, garrantzitsutzat hartzen da proiektua azken produktu gisa ebaluatzea eta jarraitutako prestaketa-prozesua ere ebaluatzea, alderdi hauei buruzko informazioa jasota: lan-taldearen funtzionamendua, kide bakoitzak eginkizunean eta, oro har, proiektuan duen inplikazioa, taldearen baitan sortutako zailtasunak, ikasle bakoitzak bereganatutako konpetentzia pertsonalak eta sozialak, eta abar.

Era berean, kalifikazioaren zati batean, proiektuaren azalpenari eta defentsari buruz irakasleak egindako balorazioa jasotzea proposatzen da. Zehazki, azalpenaren ebaluazio-adierazleetako batzuk honako adierazle hauek izan daitezke:

- Proiektuaren aurkezpenak duen diseinu-kalitatea.
- Aurkezpenean laguntzako baliabideak erabiltzea: informatika-baliabideak, ereduak edo maketak, eta abar.
- Azalpenaren argitasuna.
- Azalpenaren antolamendua.
- Azalpenaren bizitasuna.
- Azalpenaren eraginkortasuna.
- Erakutsitako komunikazio-trebeziak: ahots-tonua, mintzamena, hitzik gabeko komunikazioa...
- Irakasle ebaluatzaileen taldeak egindako galderei erantzuteko gaitasuna.

Behar-beharrezkoa izango da taldeko ikasle guztiek bete-betean parte hartzea proiektua babestean. Horrela, bakarkako ebaluazioa egin ahal izango da, eta ikasle bakoitzak proiektuko moduluarekin lotzen diren ikaskuntzaren emaitzak lortu dituela erakutsi ahal izango du. Hala, taldea osatzen duten kide guztiek proiektua garatzen lagundu dutela ziurtatzen saiatu beharko da.

Azkenik, komeni da produktua, prozesua eta proiektuaren azalpena ebaluatzean hautemandako puntu sendoak eta ahulak nabarmenduko dituen erantzun xehatua ematea proiektuko talde bakoitzari. Horrela ikasleek erraz identifikatu ahal izango dituzte

lan-jardunean egin eta azaldu beharreko beste proiektu batzuetan zer alderdi hobetu beharko duten.

13

13. lanbide-modulua

LANEKO PRESTAKUNTZA ETA ORIENTABIDEA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Laneko prestakuntza eta orientabidea
Kodea:	1014
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	99 ordu
Kurtsoa:	1.a
Kreditu kop.:	5
Irakasleen espezialitatea:	Laneko prestakuntza eta orientabidea (Bigarren Irakaskuntzako irakaslea)
Modulu mota:	Zeharkako modulua
Helburu orokorrak:	Guztiak

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

1. Lan-munduratzeko eta bizialdi osoko ikaskuntzako hautabideak identifikatu ondoren, lan-aukerak hautatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- Etengabeko prestakuntzaren garrantzia baloratu du, enplegatze aukerak zabaltzeko eta produkzio-prozesuaren eskakizunetara egokitzeko funtsezko faktore gisa.
- Tituluaren lanbide-profilari lotutako prestakuntza-ibilbidea eta ibilbide profesionala identifikatu ditu.
- Profilari lotutako lanbide-jarduerarako eskatzen diren gaitasunak eta jarrerak zehaztu ditu.
- Tituludunarentzako enplegu-sorgune eta lan-munduratzeko gune nagusiak identifikatu ditu.
- Lana bilatzeko prozesuan erabiltzen diren teknikak zehaztu ditu.
- Tituluari lotutako lanbide-sektoreetan autoenplegurako hautabideak aurreikusi ditu.
- Erabakiak hartzeko nortasuna, helburuak, jarrerak eta norberaren prestakuntza baloratu ditu.

2. Talde-laneko estrategiak aplikatzen ditu, eta erakundearen helburuak lortzeko duten eraginkortasuna baloratzen du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Profilarri lotutako lan-egoeretan talde-lanak dituen abantailak baloratu ditu.
- b) Benetako lan-egoera batean osa daitezkeen lan-taldeak identifikatu ditu.
- c) Lan-talde ez-eraginkorraren aldean, talde eraginkorrak dituen ezaugarriak zehaztu ditu.
- d) Taldekideek bere gain hartutako denetako eginkizunen eta iritzien beharra ontzat baloratu du.
- e) Taldekideen artean gatazkak sortzeko aukera erakundeen alderdi ezaugarritzat onartu du.
- f) Gatazka motak eta horien sorburuak identifikatu ditu.
- g) Gatazkak konpontzeko prozedurak zehaztu ditu.

3. Lan-harremanen ondoriozko eskubideak baliatu eta betebeharrak betetzen ditu, eta lan-kontratuetan horiek onartzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Lan-zuzenbidearen 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. Estalitate 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 adierazi ditu.
- c) Gizarte Segurantzako sistemaren dauden araubideak identifikatu ditu.
- d) Gizarte Segurantzako sistemaren barruan enpresaburuaren eta langilearen irudiak dituen betebeharrak identifikatu ditu.
- e) Suposizio sinple batean, langilearen kotizazio-oinarriak, eta langilearen eta enpresaburuaren irudiari dagozkion kuotak identifikatu ditu.
- f) Gizarte Segurantzako sistemaren prestazioak sailkatu eta eskakizunak identifikatu ditu.
- g) Legez egon daitezkeen langabezia-egoerak zehaztu ditu.
- h) Oinarriko kontribuzio-mailari dagokion langabezia-prestazioaren iraupena eta kopurua kalkulatu ditu.

5. Bere jardueraren ondoriozko arriskuak ebaluatzen ditu, lan-ingurune 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-ingurunean 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 prebentziora dauden eskubide eta betebeharrak nagusiak zehaztu ditu.
- b) Enpresan prebentziora kudeatzeko moduak sailkatu ditu, laneko arriskuen prebentziora buruzko araudian ezarritako irizpideen arabera.
- c) Arriskuen prebentziora dagokionez, enpresan langileak ordezkatzeko moduak zehaztu ditu.
- d) Laneko arriskuen prebentziorarekin zerikusia duten erakunde publikoak identifikatu ditu.
- e) Enpresan, larrialdirik izanez gero jarraitu beharreko jardun-sekuentziazioa barne hartuko duen prebentzio-plana izatearen garrantzia baloratu du.
- f) Tituludunaren lanbide-sektorearekin lotutako lantoki baterako prebentzio-planaren edukia zehaztu du.
- g) Enpresa txiki edo ertain baterako larrialdi- eta ebakuazio-plan bat pentsatu du.

7. Prebentzio- eta babes-neurriak aplikatzen ditu, eta tituluari lotutako lan-inguruneako 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 oinarrizko 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.

c) Oinarrizko edukiak

1. LAN MUNDURATZEKO ETA BIZIALDI OSOKO IKASKUNTZAKO PROZESUA

prozedurazkoak | - Lan-ibilbiderako interes, gaitasun eta motibazio pertsonalak aztertzea.

	<ul style="list-style-type: none"> - Tituluari lotutako prestakuntza-ibilbideak identifikatzea. - Tituluaren lanbide-sektorea zehaztu eta aztertzea. - Norberaren ibilbidea planifikatzea: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Beharrekina eta hobespenekin 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.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lana bilatzeko teknikak eta tresnak. - Erabakiak hartzeko prozesua. - Sektorereko enpresa txiki, ertain eta handietan lana bilatzeko prozesua. - Europan ikasi eta enplegatzeko aukerak. Europass, Ploteus.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Tituludunaren lan- eta lanbide-ibilbiderako etengabeko prestakuntzak duen garrantzia baloratzea. - Norberaren ikaskuntzaz arduratzea. Eskakizunak eta aurreikusitako emaitzak ezagutzea. - Autoenplegua lan-munduratzeko hautabidetzat baloratzea. - Lan-munduratzeko egokirako lan-ibilbideak baloratzea. - Lanarekiko konpromisoa izatea. Lortutako trebakuntza baliaraztea.

2. GATAZKA ETA LAN TALDEAK KUDEATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - 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.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Enpresa baten antolamendu-egitura, xede bat lortzeko pertsona-talde gisa. - Talde motak sektoreko industrian, dituzten eginkizunen arabera. - Lan-taldeen sorrera aztertzea. - Komunikazioa, taldeak sortzean arrakasta lortzeko oinarrizko elementu gisa. - Lan-talde eraginkorren ezaugarriak. - Gatazka zehaztea: haren ezaugarriak, sorburuak eta etapak. - Gatazka ebazteko edo deuseztatze metodoak: bitartekotza, adiskidetzea eta arbitrajea.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Enpresa-helburuak lortzeko pertsonen ekarpena baloratzea. - Antolamenduaren eraginkortasunean talde-lanak dituen abantailak eta eragozpenak baloratzea. - Talde-lanerako funtsezko faktoretzat komunikazioa baloratzea. - Lan-taldeetan sor daitezkeen gatazkek ebazteko partaidetza

	<p>jarrera izatea.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gatazkak ebazteko sistemak aztertzea.
--	--

3. LAN KONTRATUAREN ONDORIOZKO LAN BALDINTZAK

<p>prozedurazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lan-zuzenbidearen iturriak aztertzea eta hierarkiaren arabera sailkatzea. - Langileen Estatutuari buruzko Legearen Testu Bateginean arautzen diren lan-jardueren ezaugarriak aztertzea. - Kontratu-modalitate ohikoenak formalizatu eta alderatzea, haien ezaugarrien arabera. - Nomina interpretatzea. - Dagokion lanbide-jarduerako sektorerako hitzarmen kolektiboa aztertzea.
<p>kontzeptuzkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lan-zuzenbidearen oinarriko iturriak: Konstituzioa, Europar Batasunaren direktibak, Langileen Estatutua, Hitzarmen Kolektiboa. - Lan-kontrata: kontratuaren elementuak, ezaugarriak eta formalizazioa, gutxieneko edukiak, enpresaburuaren betebeharrak, enpleguari buruzko neurri orokorrak. - Kontratu motak: mugagabeak, prestakuntzakoak, aldi baterakoak, lanaldi partzialekoak. - Lanaldia: iraupena, ordutegia, atsedenaldira (laneko egutegia eta jaiegunak, oporrak, baimenak). - Soldata: motak, ordainketa, egitura, aparteko ordainsariak, soldataz kanpoko eskuratzeak, soldata-bermeak. - Soldata-kenkariak: kotizazio-oinarriak eta ehunekoak, PFEZ. - Kontrata aldatu, eten eta deuseztatzea. - Ordezkaritza sindikala: sindikatuaren kontzeptua, sindikatzeko eskubidea, enpresa-elkarteak, gatazka kolektiboak, greba, ugazaben itxiera. - Hitzarmen kolektiboa. Negoziazio kolektiboa. - Lan-antolamenduaren ingurune berriak: kanpora ateratzea, telelana...
<p>jarrerazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lana arautzearen beharra baloratzea. - Dagokion lanbide-jarduerako sektorearen lan-harremanetan aplikatzen diren arauak ezagutzeko interesa. - Aurreikusitako legezko bideak laneko gatazken ebazpide gisa aintzat hartzea. - Langileen kontratazioan etika eskaseko eta legez kanpoko jardunak baztertzea, batez ere premia handienak dituzten kolektiboei dagokienez. - Gizartea hobetzeko agente gisa, sindikatuen eginkizuna aintzat hartu eta baloratzea.

4. GIZARTE SEGURANTZA, ENPLEGUA ETA LANGABEZIA

<p>prozedurazkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gizarte Segurantzako sistema orokorra unibertsala izateak duen garrantzia aztertzea. - Gizarte Segurantzaren prestazioei buruzko kasu praktikoak ebaztea.
<p>kontzeptuzkoak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gizarte Segurantzako sistema: aplikazio-esparrua, egitura, araubideak, erakunde kudeatzaileak eta laguntzaileak. - Enpresaburuaren eta langileen betebeharrak nagusiak Gizarte

	<p>Segurantzaren arloan: afiliazioak, altak, bajak eta kotizazioa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Herritarren bizi-kalitatea hobetzeko Gizarte Segurantzaren eginkizuna aintzat hartzea. - Gizarte Segurantzarako kotizazioan nahiz prestazioetan iruzurrezko jokabideak gaitzestea.

5. ARRISKU PROFESIONALAK EBALUATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lan-baldintzak aztertu eta zehaztea. - Arrisku-faktoreak aztertzea. - Segurtasun-baldintzei lotutako arriskuak aztertzea. - Ingurumen-baldintzei lotutako arriskuak aztertzea. - Baldintza ergonomikoei eta psikosozialei lotutako arriskuak aztertzea. - Enpresaren arrisku-esparruak identifikatzea. - Lanbide-eginkizunaren araberako arrisku-protokoloa ezartzea. - Lan-istripuaren eta lanbide-gaixotasunaren artean bereiztea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Arrisku profesionalaren kontzeptua. - Enpresan arriskuak ebaluatzea, prebentzio-jardueraren oinarritzko elementu gisa. - Profilari lotutako lan-ingurunearen berariazko arriskuak. - Antzemandako arrisku-egoeren ondorioz langilearen osasunean eragin daitezkeen kalteak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanbide-jardueraren fase guztietan prebentzioaren kulturak duen garrantzia. - Lanaren eta osasunaren arteko lotura baloratzea. - Prebentzio-neurriak hartzeko interesa azaltzea. - Enpresan prebentziorako prestakuntza ematearen garrantzia baloratzea.

6. ENPRESAN ARRISKUEN PREBENTZIOA PLANIFIKATZEA

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Planifikazio- eta sistematizazio-prozesuak, oinarritzko prebentzio-tresna gisa. - Laneko Arriskuen Prebentzioari (LAP) buruzko oinarritzko araua aztertzea. - LAParen arloko egitura instituzionala aztertzea. - Lan-ingurunerako larrialdi-plan bat egitea. - Zenbait larrialdi-plan bateratu eta aztertzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Lanak giza osasunean eta segurtasunean dituen ondorioak. - Eskubideak eta betebeharrak laneko arriskuen prebentzioaren arloan. - Erantzukizunak laneko arriskuen prebentzioaren arloan. - LAPean eta osasunean esku hartzen duten agenteak, eta horien eginkizunak.

	<ul style="list-style-type: none"> - Prebentzioaren kudeaketa enpresan. - Langileen ordezkariak prebentzioaren arloan (LAPeko oinarrizko teknikaria). - Laneko arriskuen prebentzioarekin zerikusia duten erakunde publikoak. - Prebentzioaren plangintza enpresan. - Larrialdi- eta ebakuazio-planak lan-inguruneetan.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Laneko arriskuen prebentzioaren (LAP) garrantzia eta beharra baloratzea. - LAPeko 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

prozedurazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Norbera babesteko teknikak identifikatzea. - Norbera babesteko neurriak erabiltzeko garaian enpresak eta banakoak dituzten betebeharrak aztertzea. - Lehen laguntzetako teknikak aplikatzea. - Larrialdi-egoerak aztertzea. - Larrialdietarako jardun-protokoloak egitea. - Langileen osasuna zaintzea.
kontzeptuzkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Banako eta taldeko prebentzio- eta babes-neurriak. - Larrialdi-egoera batean jarduteko protokoloa. - Larrialdi medikoa / lehen laguntzak. Oinarrizko kontzeptuak. - Seinale motak.
jarrerazkoak	<ul style="list-style-type: none"> - Larrialdien aurreikuspena baloratzea. - Osasuna zaintzeko planen garrantzia baloratzea. - Proposatutako jardueretan bete-betean parte hartzea.

d) Orientabide metodologikoak

Modulu hau irakatsi eta ikasteko prozesua antolatu eta garatzeko, honako gomendio hauek iradokitzen ditugu:

1) Sekuentziazioa

Edukiak sekuentziatu eta antolatzeko proposamen hau ikasleak egiten ari den heziketa-zikloa amaitzean jarraituko duen lan-munduratzeko ibilbidearen logikan oinarritzen da, hau da: zikloa amaitzen duenetik lana lortu eta lan horretan finkatu arte edota lan-harremana amaitu arte eman beharko dituen urratsak.

Ikasleak jarraituko duen ibilbideak 4 une hauek izango ditu:

- Lana bilatzea.
- Enpresan sartzeko eta egokitze aldia.
- Lanpostuan jardutea.
- Lan-harremana amaitzea eta enpresa uztea.

a) Lana bilatzea:

Heziketa-zikloa amaitu ondoren ikasleak egin beharreko lehen gauza lana bilatzea da, eta hori da LPO moduluaren hasieran eduki horiek garatzeko proposamenaren arrazoia. Zehazki, gai hauei buruzko edukiak garatuko dira:

- Lanbide-proiektua eta -helburua.
- European lan egin eta ikasteko aukerak.
- Lan publikoan, pribatuan edo norberaren konturakoan sartzea.
- Lana bilatzeko informazio-iturriak.

b) Enpresan sartzea eta egokitzeko aldia:

Jarraian, ikasleak lana bilatzeko prozesuan arrakasta izan badu, enpresan sartzeko garaia iritsiko zaio. Lan-bizitzaren aldi horretan, honako eduki hauekin lotutako gaitasunak erabili beharko ditu:

- Lan-zuzenbidea eta haren iturriak.
- Laneko harremanen ondoriozko eskubideak.
- Kontratazio modalitateak eta kontratazioa bultzatzeko neurriak.
- Gizarte Segurantzako sistema.
- Laneko hitzarmen kolektiboak.
- Enpresan sartzeko informazio-iturriak.

c) Lanpostuan jardutea:

Lanpostu berrian sartu eta egokitzeko hasierako aldia gaindituta, lanpostuan jarduteko aldia etorriko da. Aldi horrek legez jasotako edozein suposiziotan lan-harremana amaitu arte iraungo du. Hona hemen aldi horrekin lotutako edukiak:

- Lan-baldintzak: soldata, lanaldia eta laneko atsedena.
- Soldataren edo nominaren agiria eta horren edukiak.
- Gizarte Segurantza: prestazioak eta izapideak.
- Kontratua aldatu eta etetea.
- Langileak euren eskubideen eta betebeharren inguruan aholkatzea.
- Langileen ordezkaritza.
- Negoziazio kolektiboa.
- Laneko gatazka kolektiboak.
- Talde-lana.
- Gatazka.
- Lan-antolamenduaren ingurune berriak.
- Langileentzako onurak antolamendu berrietan.
- Arrisku profesionalak.
- Prebentzio- eta babes-neurriak planifikatu eta aplikatzea.

d) Lan-harremana amaitzea eta enpresa uztea:

Lan-harremana amaituz gero, ikasleak aldi horri aurre egiteko beharrezko gaitasunak izan beharko ditu: Eduki hauek garatu behar dira:

- Lan-kontratua deuseztatzea eta horren ondorioak.
- Hartzekoen likidazioa edo kitatzea.
- Gizarte Segurantzarekin lotutako izapideak: bajak.
- Kontzeptua eta egoera babesgarriak langabezia-babesean.
- Langileak euren eskubideen eta betebeharren inguruan aholkatzeko sistemak.

Lan-harremana amaitzegtatik ikasleak enpresan jarraitzen ez badu, lana bilatzeko prozesuari ekin beharko dio berriz ere, enpresan sartzeko aldi berri bat hasiko du, etab.

2) Alderdi metodologikoak

Hasiera batean, egokia dirudi irakasleak moduluaren edukiak aurkeztu eta garatzea, hurbileneko gizarte- eta ekonomia-ingurunea erreferente gisa hartuta betiere.

Bigarren fasean, garrantzi handiagoa emango zaio ikaslearen partaidetza eraginkorrari. Horretarako, kontzeptuak zehazteko, eta abileziak eta trebeziak garatzeko bidea emango dioten jarduerak egingo dira, banaka nahiz taldean: ikaslearen esperientzia pertsonalak azaltzea, prentsa-albisteak erabiltzea, IKTak (Informazioaren eta Komunikazioaren Teknologia) erabiltzea.

Talde-lanari eta sortzen diren gatazkei buruzko atala jorratzeko, ikasgelaren ingurunean izaten diren gatazkak (ikasle eta irakasleen arteko harremanak), familiako eta lagun arteko gatazkak eta abar erabil daitezke; aldean portaerak eta arazoaren konponbideak aztertzearen.

Modulua garatzean, egokia dirudi adituen laguntzara jotzea (enpresa-batzordeetako kideak, sindikatu-etako ordezkariak, lan-arloko abokatuak, eta abar), laneko egoerak eta gatazkak hurbiletik ezagutzeko.

Laneko arriskuen prebentzioari dagokionez, egokia dirudi lehen laguntzetako eta suteak itzaltzeko praktikak egitea, lantokietara bisitak egitea, etab. Horretarako, erakundearen laguntza behar da, hala nola: Gurutze Gorria, Osalan, Lan Ikuskaritza, suteak itzaltzeko zerbitzuak, eta abar. Kontuan izan behar da ikasleak, modulua gainditu ondoren, laneko arriskuen prebentzioko oinarritzko mailako jardueretarako beharrezkoak diren lanbide-erantzukizunak hartzen dituela.

Gainera, metodologiari dagokionez, komeni da moduluaren edukiak metodologia aktiboen bidez garatzea, hala nola: talde-lana eta arazoetan oinarritutako ikaskuntza (PBL-AOI).

Azkenik, lana bilatzeko teknikak behar bezala garatzeko, komeni da ikasleak benetako lan bat bilatzeko kasu praktiko baten simulazioa egitea: zeregin horretarako gehien erabiltzen diren dokumentuak egitea (curriculum, aurkezpen-gutuna) eta komunikabide ohikoenetan lan-eskaintzak hautatzea.

3) Jarduera esanguratsuak eta ebaluazioaren alderdi kritikoak

- ✓ Erreferentziako produkzio-sektorea deskribatzea:
 - Erreferentziako produkzio-sektorearen bilakaera aztertzea.
 - Sektorrean enplegatzeak aukerak identifikatzea.
 - Estatistikak eta taula makroekonomikoak erabiltzea.
- ✓ Lan-harremanen motak eta lan-kontratazioen modalitateak identifikatzea:
 - Lan-zuzenbidearen iturriak aztertzea.
 - Lan-kontratazioaren formak identifikatzea.
 - Lan-kontratuaren ondoriozko eskubideak eta betebeharrak identifikatzea (gizarte-babeseko sistema barne dela).
- ✓ Lan-taldeak, eta gatazkak ebazteko teknikak zehaztea:
 - Lan-taldeen tipologia identifikatzea.

- Gatazkak eta horiek ebazteko moduak aztertzea.
- ✓ Lanbide-jardunaren ondoriozko arrisku motak identifikatzea:
 - Lanbide-jardunak berekin dakartzan arriskuak ebaluatzea.
 - Laneko arriskuen prebentzio-teknikak identifikatzea.
- ✓ Prebentzio-plan jakin bat diseinatzea eta dauden beste batzuekin alderatzea.
 - Lehen laguntzetan erabiltzen diren teknikak identifikatzea.
- ✓ Lana bilatzeko erabiltzen diren baliabide motak deskribatzea:
 - Lana bilatzeko prozesuaren faseak identifikatzea.
 - Lana lortzeko beharrezko dokumentazioa betetzea.
 - IKTak lana bilatzeko tresna gisa erabiltzea.
 - Bizialdi osoko ikaskuntzaren garrantzia baloratzea.

14. lanbide-modulua

LANTOKIKO PRESTAKUNTZA

a) Aurkezpena

Lanbide-modulua:	Lantokiko prestakuntza
Kodea:	1013
Heziketa-zikloa:	Marketina eta publizitatea
Maila:	Goiko maila
Lanbide-arloa:	Merkataritza eta marketina
Iraupena:	360 ordu
Kurtoa:	2.a
Kreditu kop.:	22
Irakasleen espezialitatea:	Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa (Bigarren Irakaskuntzako irakaslea) Merkataritza-prozesuak (Lanbide Heziketako irakasle teknikoa)
Modulu mota:	Lanbide-profilari lotua
Helburu orokorrak:	Guztiak

b) Ikaskuntzaren emaitzak eta ebaluazio-irizpideak

1. Enpresaren egitura eta antolamendua identifikatzen ditu, eta horiek enpresak egiten duen zerbitzu motarekin erlazionatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- Enpresaren antolamendu-egitura eta arlo bakoitzaren eginkizunak identifikatu ditu.
- Enpresaren egitura sektorean dauden ereduazko enpresa-antolamenduekin alderatu du.
- Zerbitzuaren ezaugarriak eta bezero mota enpresa-jardueraren garapenarekin lotu ditu.
- Zerbitzugintza garatzeko lan-prozedurak identifikatu ditu.
- Jarduera behar bezala garatzeko giza baliabideen beharrezko konpetentziak baloratu ditu.
- Jarduera honetan ohikoenak diren hedabideen egokitasuna identifikatu du.

2. Lanbide-jarduera garatzean ohitura etikoak eta lanekoak aplikatzen ditu, lanpostuaren eta enpresan ezarritako prozeduren arabera.

Ebaluazio-irizpideak:

- Aintzat hartu eta justifikatu ditu:

- Lanpostuan beharrezkoa den pertsonal- eta denbora-eskuragarritasuna.
 - Jarrera pertsonalak (besteak beste, puntualtasuna eta enpatia) eta profesionalak (besteak beste, lanposturako beharrezko txukuntasuna, garbitasuna, eta erantzukizuna).
 - Jarrerazko eskakizunak lanbide-jarduerak dituen arriskuen prebentzioaren aurrean.
 - Lanbide-jardueraren kalitatearekin zerikusia duten jarrerazko eskakizunak.
 - Lan-talde barruko eta enpresan ezarritako hierarkiekiko harreman-jarrerak.
 - Lanaren esparruan egiten diren jardueren dokumentazioarekin zerikusia duten jarrerak.
 - Profesionalaren jardun egokiarekin lotuta, esparru zientifikoan eta teknikoan lan-munduratzeko eta berriro laneratzeko prestakuntza-beharrak.
- b) Laneko arriskuen prebentzioari dagokionez lanbide-jardueran aplikatzekoak diren arauak eta Laneko Arriskuen Prebentzioari buruzko Legearen oinarritzko alderdiak identifikatu ditu.
- c) Lanbide-jarduerak dituen arriskuen arabera eta enpresaren arauen arabera abian jarri du norbera babesteko ekipamendua.
- d) Garatu dituen jardueretan ingurumena errespetatzeko jarrera izan du.
- e) Lanpostua edo jarduera garatzeko eremua antolatuta, garbi eta oztoporik gabe mantendu du.
- f) Jasotako argibideak interpretatu eta bete ditu, eta zuzendu zaion lanaz arduratu da.
- g) Egoera bakoitzean ardura duen pertsonarekin eta taldekideekin komunikazio eraginkorra ezarri du.
- h) Gainerako taldekideekin koordinatu da, eta garrantzizko gorabeheren berri eman du.
- i) Dagokion jardueraren garrantzia eta zereginen aldaketetara egokitzeko premia baloratu du.
- j) Bere lanaren garapenean arauak eta prozedurak aplikatzeko erantzukizuna hartu du.

3. Enpresaren marketin-politiken diseinuan, aplikazioan eta jarraipenean parte hartzen du, eta, horretarako, marketineko informazio-sisteman erabilgarri dagoen informazioa, salmenta-saretik lortutakoa eta egindako merkataritza-azterketak analizatzen ditu.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Enpresarentzat interesa duten merkataritza-azterketak egin ditu, enpresa barne- edo kanpo-merkatu berrietan sartzeari begira.
- b) Merkatu batean sartzeko modurik egokiena hautatu du, eta, horretarako, banaketa-kanalen egitura definitzen duten faktoreak aztertu ditu.
- c) Merkataritzako komunikazio- eta sustapen-ekintza egokienak hautatu ditu, erabilgarri dauden aukerak ebaluatuta.
- d) *Marketing mix*-eko aldagaiak eta merkatuaren joerak eta bilakaera aztertu ditu, produktuaren/zerbitzuaren posizionamendua hobetzeko, bezeroen leialtasuna lortzeko eta salmentak gehitzeko.
- e) Produktu edo zerbitzuei buruzko txostenak egin ditu, haiek bezeroen beharretara eta produktu-politikaren definiziora egokitzeko.
- f) Produktuaren edo zerbitzuaren prezio egokiei buruzko txostenak egin ditu, eta, horretarako, kostuak, lehia eta prezio-politikako merkataritza-estrategiak aztertu ditu.
- g) Produkturako edo zerbitzurako merkataritzako banaketa-kanal eta modu egokienei buruzko txostenak egin ditu, banaketa-politikan erabakiak hartzeko.
- h) Publizitate- eta sustapen-ekintzei buruzko txostenak egin ditu, komunikazio-politikan erabakiak hartzeko.



- i) Marketin-planaren jarraipena egin du, definitutako helburuetan izan diren desbideratzeak hautemateko.

4. Produktuak/zerbitzuak merkaturatzen eta merkaturatzen ezartzen laguntzen du, eta, horretarako, salmentak eta banaketa kudeatzen parte hartzen du kanal tradizionalen eta/edo elektronikoen bitartez.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Marketin-planean, produktuaren edo zerbitzuaren txostenean, salmenta-sarean eta bezeroen datuetan erabilgarri dagoen informazioa antolatu du, produktu edo zerbitzu bat merkaturatzeko eta merkaturatzen ezartzeko.
- b) Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzeko eta merkaturatzen iraunarazteko eta, hartara, lehiakideen aurrean marka-irudia indartzeko marketin- eta sustapen-ekintzak definitu ditu.
- c) Produktua edo zerbitzua salmenta-sarean ezartzeko lanak koordinatu ditu, ezarritako *merchandising*-eko eta sustapeneko teknikak aplikatuta.
- d) Bezeroen prospekzio-ekintzak egin ditu, eta bezero potentzialen zerrenda datu-basean gehitu du.
- e) Salmenta-argumentarioa landu du eta produktuak edo zerbitzuak saltzeko ekintzak gauzatu ditu, salmenta- eta negoziazio-teknika egokiak aplikatuta.
- f) Bezeroek edo erabiltzaileek aurkeztutako erreklamazioei erantzun eta konponbidea aurkitu die.
- g) Jarraipen-prozesuak eta saldu ondoko zerbitzuak eta bezeroari arreta ematekoak enpresak ezarritako irizpideen arabera kudeatu ditu.
- h) Internet erabili du enpresaren eta haren produktuen publizitate-euskarri moduan.
- i) Produktuen salmenta elektronikoa egin ditu denda birtualaren bitartez.

5. Merkatu-azterketak planifikatzen eta garatzen laguntzen du, eta, eginkizun horretan, ikerketarako beharrezkoa den informazioa lortu, aztertu eta aurkezten du.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Enpresaren informazio-premiak zehaztu ditu, eta barneko eta kanpoko informazio-iturriak eta datuak aztertzeke eta antolatzeko teknikak definitu ditu.
- b) Ikerketa-plana lantzen parte hartu du, eta, horretarako, azterketa mota, helburuak, lortu behar den informazioa, datuen iturriak eta horiek lortzeko tresnak, eta analizatzeko teknikak eta beharrezkoa den aurrekontua ezarri ditu.
- c) Barneko eta kanpoko *on line* eta *off line* informazio-iturrietatik bigarren mailako informazioa lortu du, eta lortutako datuak jasotako zehaztapenen arabera antolatu ditu.
- d) Inkestak/elkarrizketak egiteko, inkestatzaileen/elkarrizketatzaileen landa-lana planifikatzen eta galdetegiak, laneko koadernoak eta ibilbide-orria lantzen lagundu du.
- e) Lehen mailako informazioa lortu du inkesten bidez, eta galdetegia, laneko gida eta jasotako argibideak interpretatu ditu.
- f) Lortutako informazioa estatistika-teknikak aplikatuta aztertu du, emaitzekin txostenak egin ditu, eta datuak estatistika-taulen moduan eta irudikapen grafiko egokiez hornituta aurkeztu ditu.
- g) Lortutako informazioa datu-base egokian sartu du, informazioa bizkor eta zehatz berreskuratu eta aurkeztu ahal izateko.
- h) Datu-base erlazionalak kudeatu ditu, eta aplikazioaren utilitateak doitasunez maneiatu ditu, kontsultak egiteko eta informazioa editatzeko, prozesatzeko eta artxibatzeke eta haren osotasuna eta konfidentziasuna mantentzeko.

6. Komunikabideen eta komunikazio-euskarrien plana antolatzen eta haren jarraipena egiten eta publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak lantzen laguntzen du, jasotako argibideei jarraiki.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Publizitate-bideen plana antolatzeko beharrezkoak diren erreferentziak eta garrantzizko datuak bildu ditu hainbat informazio-iturritatik.
- b) Publizitate-bideen plana lantzeko erabili behar diren komunikazio-euskarriak modu optimoan konbinatu ditu.
- c) Publizitate-bideen plana gauzatzeko lanen jarraipena eta kontrola egin du.
- d) Enpresaren produkzio-sektorean eragina duten komunikabide eta komunikazio-euskarrietan agertu diren albisteei buruzko informazioaren digitalizazioa egin du.
- e) Komunikazioko eta marketineko materialak lantzeko beharrezkoak diren edukiak, testuak eta irudiak hautatu ditu, komunikazio limurtzaileko teknikak erabilita, eta indarrean dagoen araudia eta nortasun korporatiboa errespetatuta.
- f) Publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak landu ditu, diseinuko eta edizioko teknikak eta informatika-aplikazioak erabilita.
- g) Publizitateko, sustapeneko eta informazioko materialak zabaltzeko ekintzak egin ditu, enpresako zabalkunde-planaren arabera.
- h) Interneten publizitate-tresna nagusiak erabili ditu publizitateko, sustapeneko eta informazioko ekintzak aurrera eramateko.

7. Enpresaren kudeaketa ekonomikoan eta finantzarioan parte hartzen du, jasotako argibideei jarraiki.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Aktiboak eskuratzeko eta berritzeko laguntza eta diru-laguntza publikoak lortzeari buruzko informazioa ematen duten erakundeak identifikatu ditu.
- b) Inbertsioak finantzatzeko finantza- eta kreditu-tresnarik ohikoenak identifikatu ditu, eta finantza-erakunde batean mailegu edo kreditu bat lortzeko prozedura kudeatu du.
- c) Produktu eta zerbitzuen salerosketa ordaintzearekin, kobratzearekin eta finantzatzearekin erlazionatutako kudeaketak egin ditu.
- d) Saldutako produktuak edo egindako zerbitzuak kobratzeko eta ordaintzeko dokumentuak, fakturak eta ordainagiriak egin eta kudeatu ditu, eta, horretarako, fakturatzeko merkataritza- eta zerga-arauak aplikatu ditu.
- e) Enpresan sortutako dokumentazioa antolatzeko, erregistratzeko eta artxibatzeke lanak garatu ditu.
- f) Faktura elektronikoak igortzeko eta hartzeko eskakizunak eta araudia interpretatu du, eta fakturazio elektronikoak ekartzen dituen abantailak eta onurak aztertu ditu.
- g) Kostuak kalkulatu ditu eta inbertsioen errentagarritasuna eta enpresaren kaudimena eta eraginkortasuna zehaztu ditu, erabilgarri dauden datu ekonomikoak eta kontabilitate-informazioa aztertuta.
- h) Enpresaren kontabilitate- eta zerga-prozesuan parte hartu du, eta, horretarako, indarrean dagoen merkataritza- eta zerga-araudia eta Kontabilitate Plan Orokorren printzipioak eta arauak aplikatu ditu.
- i) BEZaren eta mozkinen gaineko zergen aldian behingo aitorpenak egin ditu, indarrean dagoen legeria errespetatuta.

8. Enpresako harreman publikoen politika garatzen eta marketineko eta komunikazioko ekitaldiak antolatzen eta kudeatzen parte hartzen du, ezarritako irizpideei eta protokoloari jarraiki.

Ebaluazio-irizpideak:

- a) Enpresaren komunikazioko eta harreman publikoetako hainbat ekintza planifikatzen eta antolatzen lagundu du.
- b) Enpresan egiten diren marketineko eta komunikazioko ekitaldiak garatzeko behar izaten diren espazioak, instalazioak eta zerbitzuak zehaztu ditu.
- c) Marketineko eta komunikazioko ekitaldi eta ekintzen hainbat hornitzaileekin harremanetan jarri da, zerbitzuak egiteko eskaintzak eta baldintzak eskatzeko.
- d) Hainbat hornitzailearen eskaintzak ebaluatu ditu, prezioa, kalitatea eta zerbitzua bezalako irizpideen arabera, eta enpresarentzat komenigarriena hautatu du.
- e) Ekintza eta ekitaldi ofizialetan arropa eta portaera egokiak erabili ditu, eta hitzeko eta hitz gabeko komunikazio-teknikak aplikatu ditu, definitutako jarraibide eta protokoloen arabera.
- f) Protokolozko komunikazioko ekitaldi edo ekintza baten programazioan eta garapenean sortutako akatsak hauteman ditu eta garaiz aurkitu die konponbidea.
- g) Marketineko eta komunikazioko ekitaldi batera bertaratutako gogobetetasun-maila neurtzeko galdetegiak landu ditu.
- h) Komunikazioko ekitaldi edo ekintza baten emaitzak ebaluatzeko txosten bat idatzi du, bertaratutakoek ebaluazio-galdetegietan emandako erantzunak abiapuntu hartuta.

c) Lanpostuko ikaskuntza-egoerak

Jarraian, lantokiko egonaldian ikasleak gara ditzakeen jarduerak islatzen dituzten zenbait lan-egoera adierazten dira.

- ✓ Merkatuak ikertzeko beharrezkoak diren informazioa eta tresnak prestatzea.
- ✓ Inkestatzaileen jarduera antolatzea eta kontrolatzea.
- ✓ Inkestak eta/edo elkarrizketak egitea, ezarritako teknikak eta prozedurak erabilia.
- ✓ Merkatuen ikerketa abiapuntu hartuta, aztertze eta ondorioak lortzeko lanetan laguntzea.
- ✓ Marketin-plana eta -politikak definitzen eta haien jarraipena egiten laguntzea.
- ✓ Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzeko eta merkatuan ezartzeko lanak kudeatzea.
- ✓ Marketineko eta komunikazioko ekitaldiak antolatzea eta kudeatzea, ezarritako protokoloari eta irizpideei jarraiki.
- ✓ Ezarritako bitartekoen eta euskarrien plana antolatzen eta haren jarraipena egiten laguntzea.
- ✓ Publizitateko, sustapeneko eta informazioko hainbat euskarri eta material xume eta autoeditagarri lantzea eta haietan zabaltea.
- ✓ Bezeroarentzako/kontsumitzailearentzako/erabiltzailearentzako arreta-zerbitzuaren ekintzak gauzatzea.
- ✓ Bezeroaren/kontsumitzailearen/erabiltzailearen kexa eta erreklamazioen kudeaketa aztertzea.
- ✓ Enpresako harreman publikoen politika aztertzea.

- ✓ Marketineko eta komunikazioko ekitaldien antolamendu-faseen kudeaketa aztertzea eta baloratzea.

4. GUTXIENeko ESPAZIOAK ETA EKIPAMENDUAK

4.1. 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

4.2. Ekipamenduak

PRESTAKUNTZA ESPAZIOA	EKIPAMENDUA
Balio anitzeko gela	<ul style="list-style-type: none"> - Sarean instalatutako PCak, Internet konexioarekin, ikasleentzat. - Irakaslearentzako PCa. - Eskanerra. - Inprimagailua. - Ikasgelako altzariak. - Proiekzio-kanoia. - Proiekzio-pantaila. - Ikus-entzunezko erreproduzigailua. - Arbel elektronikoa. - Datu-biltegi-ragailuak, 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, swebakia, biruskontrakoa, konpresoreak eta web orrien edizioa. - Informatikako oinarriko softwarea eta zikloko espezifikoa.
Merkataritzako eta marketineko gela teknikoa	<ul style="list-style-type: none"> - Irakaslearentzako ordenagailua, sarean integratua, Internet konexioarekin. - Proiekzio-kanoia. - Arbel elektronikoa. - Sistema eragileen lizentziak. - Informatikako oinarriko softwarea eta zikloko espezifikoa. - Datu-biltegi-ragailu elektronikoa, USB memoriak, disko gogor eramangarriak, CDak eta DVDak. - Funtzio anitzeko sareko inprimagailua. - Saltokiko terminala (ST).

5. IRAKASLEAK

5.1. Irakasleen espezialitateak eta irakasteko eskumena "Marketina eta publizitatea" heziketa-zikloko lanbide-moduluetan

LANBIDE MODULUA	IRAKASLEEN ESPEZIALITATEA	KIDEGOA
0623. Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bigarren Irakaskuntzako irakaslea
0930. Marketin-politikak	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bigarren Irakaskuntzako irakaslea
0931. Marketin digitala	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-prozesuak 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanbide Heziketako irakasle teknikoa
1007. Komunikazio-materiala diseinatzea eta lantzea	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-prozesuak 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanbide Heziketako irakasle teknikoa
1008. Komunikabideak eta komunikazio-euskarriak	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bigarren Irakaskuntzako irakaslea
1009. Harreman publikoak eta marketin-ekitaldien antolamendua	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bigarren Irakaskuntzako irakaslea
1010. Merkataritza-ikerketak	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bigarren Irakaskuntzako irakaslea
1011. Merkataritza-ikerketako landa-lana	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-prozesuak 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanbide Heziketako irakasle teknikoa
1109. Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzea	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bigarren Irakaskuntzako irakaslea
1110. Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-prozesuak 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanbide Heziketako irakasle teknikoa
0179. Ingelesa	<ul style="list-style-type: none"> • Ingelesa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bigarren Irakaskuntzako irakaslea
1012. Marketineko eta publizitateko proiektua	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bigarren Irakaskuntzako irakaslea
	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-prozesuak 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanbide Heziketako irakasle teknikoa
1014. Laneko prestakuntza eta orientabidea	<ul style="list-style-type: none"> • Laneko prestakuntza eta orientabidea 	<ul style="list-style-type: none"> • Bigarren Irakaskuntzako irakaslea
1013. Lantokiko prestakuntza	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-antolamendua eta -kudeaketa 	<ul style="list-style-type: none"> • Bigarren Irakaskuntzako irakaslea

	<ul style="list-style-type: none"> • Merkataritza-prozesuak 	<ul style="list-style-type: none"> • Lanbide Heziketako irakasle teknikoa
--	--	--

6. LANBIDE MODULUEN ARTEKO BALIOZKOTZEAK

LOGSE LEGEAN EZARRITAKO HEZIKETA ZIKLOEN BARNEAN HARTZEN DIREN LANBIDE MODULUAK (LOGSE 1/1990)	"MARKETINA ETA PUBLIZITATEA" HEZIKETA ZIKLOKO LANBIDE MODULUAK (LOE 2/2006)
Marketin-politikak	0930. Marketin-politikak
Atzerriko hizkuntza (*)	0179. Ingelesa

(*) Eman den atzerriko hizkuntza ingelesa bada

7. TITULUKO LANBIDE MODULUEN ETA KONPETENTZIA ATALEN ARTEKO TRAZABILITATE ETA EGOKITASUN LOTURAK

7.1. Konpetentzia-atalen egokitasuna lanbide-moduluekin, horiek baliozkotu edo salbuesteko

KONPETENTZIA ATAL EGIAZTATUAK	BALIOZKOTU DAITEZKEEN LANBIDE MODULUAK
UC2185_3: Marketin-plana eta -politikak definitzen eta haien jarraipena egiten laguntzea.	0930. Marketin-politikak
UC2183_3: Errepideko garraioaren jardura ekonomikoa eta finantzarioa kudeatzea.	0623. Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa
UC2189_3: Publizitateko, sustapeneko eta informazioko hainbat euskarri eta material xume eta autoeditagarri lantzea eta haietan zabaltzea.	1007. Komunikazio-materiala diseinatzea eta lantzea
UC2188_3: Ezarritako komunikabideen eta komunikazio-euskarrien plana antolatzen eta haren jarraipena egiten laguntzea.	1008. Komunikabideak eta komunikazio-euskarriak
UC2187_3: Marketineko eta komunikazioko ekitaldiak antolatzea eta kudeatzea, ezarritako protokoloari eta irizpideei jarraiki.	1009. Harreman publikoak eta marketin-ekitaldien antolamendua
UC0993_3: Merkatuak ikertzeko beharrezkoak diren informazioa eta tresnak prestatzea. UC0997_3: Merkatuen ikerketa abiapuntu hartuta, aztertze eta ondorioak lortzeko lanetan laguntzea.	1010. Merkataritza-ikerketa
UC0994_3: Inkestatzaileen jardura antolatzea eta kontrolatzea. UC0995_2: Inkestak eta/edo elkarrizketak egitea, ezarritako teknikak eta prozedurak erabilia.	1011. Merkataritza-ikerketako landa-lana
UC2186_3: Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzeko eta merkaturatze ezartzeko lanak kudeatzea.	1109. Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzea
UC0241_2: Bezeroarentzako/kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta-zerbitzuaren ekintzak gauzatzea. UC0245_3: Bezeroaren/kontsumitzailearen/erabiltzailearen keak eta erreklamazioak kudeatzea.	1110. Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta

Oharra: Heziketa-ziklo honetan matrikulatutako pertsonen tituluaren barnean hartzen diren konpetentzia-atal guztiak 1224/2009 Errege Dekretuaren arabera egiaztatzen badituzte –1244/2009 Errege Dekretua, uztailaren 17koa, lan-esperientziaren bitartez edo prestakuntza-bide ez-formalen bitartez eskuratutako lanbide-konpetentziak onartzeari buruzkoa–, "0931. Marketin digitala" lanbide-modulua baliozkotuta izango dute.

7.2. Lanbide-moduluaren egokitasuna konpetentzia-atalekin, horiek egiaztatzeko

LANBIDE MODULU GAINDITUAK	EGIAZTA DAITEZKEEN KONPETENTZIA ATALAK
0930. Marketin-politikak	UC2185_3: Marketin-plana eta -politikak definitzen eta haien jarraipena egiten laguntzea.
0623. Enpresaren kudeaketa ekonomikoa eta finantzarioa	UC2183_3: Errepideko garraioaren jardura ekonomikoa eta finantzarioa kudeatzea.
1007. Komunikazio-materiala diseinatzea eta lantzea	UC2189_3: Publizitateko, sustapeneko eta informazioko hainbat euskarri eta material xume eta autoeditagarri lantzea eta haietan zabaltea.
1008. Komunikabideak eta komunikazio-euskarriak	UC2188_3: Ezarritako komunikabideen eta komunikazio-euskarrien plana antolatzen eta haren jarraipena egiten laguntzea.
1009. Harreman publikoak eta marketin-ekitaldien antolamendua	UC2187_3: Marketineko eta komunikazioko ekitaldiak antolatzea eta kudeatzea, ezarritako protokoloari eta irizpideei jarraiki.
1010. Merkataritza-ikerketak	UC0993_3: Merkatuak ikertzeko beharrezkoak diren informazioa eta tresnak prestatzea. UC0997_3: Merkatuen ikerketa abiapuntu hartuta, aztertzeke eta ondorioak lortzeko lanetan laguntzea.
1011. Merkataritza-ikerketako landa-lana	UC0994_3: Inkestatzaileen jardura antolatzea eta kontrolatzea. UC0995_2: Inkestak eta/edo elkarrizketak egitea, ezarritako teknikak eta prozedurak erabili.
1109. Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzea	UC2186_3: Produktuak eta zerbitzuak merkaturatzeko eta merkaturatzeke ezartzeko lanak kudeatzea.
1110. Bezeroarentzako, kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta	UC0241_2: Bezeroarentzako/kontsumitzailearentzako eta erabiltzailearentzako arreta-zerbitzuaren ekintzak gauzatzea. UC0245_3: Bezeroaren/kontsumitzailearen/erabiltzailearen keak eta erreklamazioak kudeatzea.



*Instituto Vasco del Conocimiento
de la Formación Profesional*

*Lanbide Heziketaren
Ezagutzaren Euskal Institutua*

Avda. Lehendakari
Aguirre, 184
48015 –Bilbao

T. 944 47 40 37
F. 944 47 38 62

www.ivac-eei.eus
web@ivac-eei.eus

Fp

EUSKADI
LANBIDE HEZIKETA



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

HEZKUNTZA, HIZKUNTZA POLITIKA
ETA KULTURA SAILA
Lanbide Heziketako Sailburuordetza

DEPARTAMENTO DE EDUCACIÓN,
POLÍTICA LINGÜÍSTICA Y CULTURA
Viceconsejería de Formación
Profesional