

Gestión de Ventas y Espacios Comerciales

Competencia Profesional

Gestionar las operaciones comerciales de compraventa y distribución de productos y servicios, y organizar la implantación y animación de espacios comerciales según criterios de calidad, seguridad y prevención de riesgos, aplicando la normativa vigente.



Ciclos de alto rendimiento

Salidas Profesionales

- Jefe de ventas. Representante comercial. Agente comercial.
- Encargado de tienda, de sección de un comercio. Vendedor técnico.
- Coordinador de comerciales.
- Supervisor de telemarketing.
- Merchandiser. Escaparatista comercial.
- Diseñador de espacios comerciales.
- Responsable de promociones punto de venta. Especialista en implantación de espacios comerciales.

Salidas a la Universidad

- Todos los grados.

Posibilidad de realizar este ciclo y **Marketing y Publicidad** en tres cursos.

Titulación

Duración

Acceso directo

TÉCNICO/A SUPERIOR EN GESTIÓN DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

2 Cursos.

Bachillerato, Ciclo Formativo de Grado Superior, Ciclo Formativo de Grado Medio.

Formación en empresa (1º - 128h / 2º - 480h. min.): La formación se realizará en empresas del entorno. Cada alumno/a contará con un tutor/a en el Instituto y un instructor/a en la empresa, que realizarán un seguimiento exhaustivo de la formación.

Posibilidad de realizar prácticas en empresas de otros países gracias a becas Erasmus+.

Módulos

Contenidos

Escaparatismo y diseño de espacios comerciales (2º-4h.-6c.)

Gestión de productos y promociones en el punto de venta (2º - 3h. - 6c.)

Organización de equipos de ventas (2º - 3h. - 6c.)

Técnicas de venta y negociación (2º - 3h. - 7c.)

Políticas de marketing (1º - 6h. - 12c.)

Marketing digital (1º - 6h. - 11c.)

Gestión económica y financiera de la empresa (1º - 6h. - 12c.)

Logística de almacenamiento (2º - 3h. - 7c.)

Logística de aprovisionamiento (2º - 3h. - 6c.)

Investigación comercial (2º - 4h. - 8c.)

Inglés Profesional (1º - 5h.)

Itinerario Personal Empleabilidad I (1º - 4h.)

Itinerario Personal Empleabilidad II (2º - 3h.)

Digitalización Sectores Productivos (1º - 2h.)

Sostenibilidad Sistema Productivo (1º - 1h.)

Optativas (2º - 4h.) Proyecto Intermodular (2º - 50h.en total)

Diseño de distribución y organización de un espacio comercial. Elaboración de proyectos de implantación de espacios comerciales. Criterios de composición, montaje y diseño de escaparates.

Determinación de la dimensión del surtido de productos. Determinación del procedimiento de implantación del surtido de productos o servicios en los lineales. Diseño de las acciones promocionales en el punto de venta.

Determinación de la estructura organizativa y características del equipo de ventas. Planificación de la asignación de los objetivos de venta a los miembros del equipo comercial. Definición de planes de formación, perfeccionamiento y reciclaje de equipos comerciales.

Obtención de información para la definición de estrategias comerciales y elaboración del plan de ventas. Identificación de nuevas oportunidades de negocio que contribuyan a optimizar la gestión comercial de la empresa. Gestión del proceso de venta del producto/servicio y diseño del proceso de negociación de las condiciones de una operación comercial.

Evaluación de las oportunidades de mercado de una empresa. Definición de la política de producto o servicio. Selección del canal de distribución, acciones de comunicación, briefings. Elaboración, seguimiento y control de un plan de marketing

Construcción de páginas web. Diseño del plan de marketing digital. Definición de la política E-commerce de una empresa.

Creación de empresas. Establecimiento de la forma jurídica de la empresa y organización de los trámites para la obtención de recursos financieros. Elaboración de facturas, recibos y documentación de cobros y pagos. Gestión del proceso contable y fiscal en las empresas.

Organización del proceso de almacén. Gestión de los stocks del almacén. Supervisión de los procesos realizados en el almacén.

Determinación de necesidades de materiales y su política de aprovisionamiento. Selección, negociación con los proveedores y la documentación correspondiente.

Análisis de las variables del mercado en el entorno de la empresa. Configuración de un SIM. Elaboración del plan de investigación comercial. Organización de la información disponible y tratamiento y análisis estadístico de los datos.

Análisis y producción de mensajes orales. Interpretación y emisión de mensajes escritos. Identificación e interpretación de elementos culturales significativos de los países de lengua inglesa.

Identificación de las características del sector y definición de los puestos de trabajo. Prevención de riesgos lab. Análisis de las condiciones laborales. Proceso de inserción laboral y aprendizaje a lo largo de la vida.

Procesos selectivos de empleo. Competencias personales, sociales y emocionales. Habilidades emprendedoras. Ideas de emprendimiento. Proyecto emprendedor.

Digitalización en los sectores productivos. Caracterización de las tecnologías habilitadoras. Cloud y sistemas conectados. Aplicación de la inteligencia artificial. Evaluación de datos. Desarrollo de un proyecto de digitalización de una empresa.

Agenda 2030 de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Agenda FP Euskadi Basque Country 2030. Retos ambientales y sociales. Criterios de sostenibilidad en el desempleo profesional y personal. Productos y servicios responsables. Actividades sostenibles. Análisis de planes de sostenibilidad.

Módulos optativos por definir.

Caracterización de las empresas del sector atendiendo a su organización y al tipo de producto o servicio. Planteamiento de soluciones a las necesidades del sector. Planificación y seguimiento de la ejecución de las actividades propuestas. Presentación y defensa del proyecto utilizando eficazmente las competencias técnicas y personales.

Salmentak eta Merkataritza-Espazioak Kudeatzea

Lanbide Gaitasuna

Produktu eta zerbitzuen salerosketa eta banatzeko eragiketa komertzialak kudeatzea, eta merkataritza-espazioak ezarri eta honen animazioa antolatzea ezarritako kalitate, segurtasun eta arriskuen prebentzioaren arauak aplikatuz eta indarreko legeri errespetatuz.



Etekin handiko zikloak

Lan irteerak

- Salmenta-burua. Merkataritza-ordezkarria, Salmenta-Agentea.
- Dendaren eta merkataritzaren sailaren arduraduna. Saltzaile teknikoa.
- Merkataritza-ordezkarrien koordinatzailea
- Telemarketin-gainbegiralea.
- Merchandiser-a. Merkataritza-erakusleho apaintzailea.
- Merkataritza-espazio diseinugilea.
- Salmenta sustapen puntuetako arduraduna. Merkataritza-espazio ezarpeneko espezialista.

Unibertsitaterako Irteerak

- Gradu guztiak.

Ziklo hau eta **Marketina eta Publizitatea** hiru ikasturtetan egiteko aukera.

Titulazioa

Iraupena
Sarbide zuzena

SALMENTAK ETA MERKATARITZA-ESPASIOAK KUDEATZEKO GOI-MAILAKO TEKNIKARIA

2 Ikasturte.
Batxilergoa, Goi Mailako Heziketa Zikloa, Erdi Mailako Heziketa Zikloa.

Lantokiko Prestakuntza (1. - 1280. / 2. - 4800. min.): Formazioa inguruko enpresetan gauzatzen da. Ikasle bakoitzak tutore bat izango du ikastetxean eta instruktore bat enpresan formazioaren jarraipen zehatza egingo dutelarik.

Lan praktikak atzerriko enpresetan egiteko aukera Erasmus+ bekei esker.

Moduluak

Erakusleho-apaintza eta merkataritza-espazioen diseinua (2. - 40. - 6k.)

Produktu eta sustapenen kudeaketa salmenta-puntu (2. - 30. - 6k.)

Salmenta taldeen antolaketa (2. - 30. - 6k.)

Salmenta eta negozioazio teknikak (2. - 30. - 7k)

Marketin politikak (1. - 60. - 12k.)

Marketin digitala (1. - 60. - 11k.)

Enpresaren ekonomia eta finantza kudeaketa (1. - 60. - 12k.)

Biltegi-logistika (2. - 30. - 7k.)

Hornitzeko-logistika (2. - 30. - 6k.)

Merkataritza-ikerkuntza (2. - 40. - 8k.)

Ingeles Profesional (1. - 50.)

Enplegarritasunerako ibilbide pertsonala I (1. - 40.)

Enplegarritasunerako ibilbide pertsonala II (2. - 30.)

Produktzio-sektoreei aplikatutako digitalizazioa (1. - 20.)

Produktzio-sistemari aplikatutako iraunkortasuna (1. - 10.)

Hautazkoak (2. - 40.)

Proiektu intermodularra (2. - 500. orotara.)

Edukiak

Merkataritza-espazio bat definitzeko eta antolatzeko diseinua. Merkataritza-espazioak ezartzeko proiektuak lantzea. Erakuslehoen konposizioa eta muntaia egiteko irizpideak.

Produktu-aukeraren dimentsioa zehaztea. Produktu edo zerbitzu aukera linealean ezartzeko prozedura zehaztea. Salmenta-puntuak sustapen ekintzak diseinatzea.

Salmenta-taldearen antolamendu egitura eta tamaina zehaztea. Taldeko kideei salmenta-helburuak esleitzeko metodoak. Merkataritza-taldeak prestatzeko metodo eta helburuak finkatzea. Merkataritza taldea motibatze eta ordaintzeko sistema bat diseinatzea.

Merkataritza-estrategiak definitzeko eta salmenta-plana lantzeko informazioa lortzea. Enpresaren merkataritza-kudeaketa optimizatzen lagunduko duten negozioko aukera berriak identifikazioa. Produktu/zerbitzua saltzeko prozesua kudeatzea eta prozesua diseinatzea.

Enpresa baten merkatu aukerak ebaluazioa. Produktuaren edo zerbitzuaren politika definitzea. Banaketa kanala eta komunikazio ekintzak hautatzea, briefingak. Marketin-plana lantzea.

Web-orriak eraikitzea. Marketin digitaleko plana diseinatzea. Enpresa baten E-commerce politika definitzea.

Enpresak sortzeko ekimenak eta aukerak aztertzea. Enpresaren forma juridikoa ezartzea eta finantza baliabideak lortzeko irizpideak antolatzea. Kobrantzen, ordaintzen eta fakturen dokumentazioa egitea. Kontabilitate eta zerga prozesua kudeatzea.

Biltegi-prozesua antolatzea. Biltegi stockak kudeatzea. Biltegi egindako prozesuak gainbegiratzeko.

Behar diren materialak zehaztea eta hornikuntza-politikak egitea. Hornitzaileen hautaketa, haiekin negoziatioa eta dagokion dokumentazioa egitea.

Enpresaren inguruko merkatuaren aldagaiak aztertzea. SIM bat konfiguratzea. Merkataritza-ikerketak plana lantzea. Informazioa tratatzea, antolatzea eta datuak estatistikoki aztertzea.

Ahozko mezuak aztertzea eta sortzea. Idatzizko mezuak interpretatzea eta sortzea. Ingeleraz mintzatzen den herrialdeen kultura-elementu adierazgarriak identifikatzea eta interpretatzea.

Sektorearen ezaugarriak identifikatzea eta lanpostuak definitzea. Laneko arriskuen prebentzioa. Lan-baldintzen analisia. Lanerako eta bizialdi osoko ikaskuntzarako.

Enplegurako hautaketa-prozesuak. Konpetentzia pertsonal, sozial eta emozionalak. Trebetasun ekintzaileak. Ekintzailetza-ideiak. Proiektu ekintzaileak.

Digitalizazioa produktzio-sektoreetan. Teknologia gaitzaileak ezaugarritzea. Cloud-a eta sistema konektatuak. Adimen artifizialaren aplikazioa. Datuen ebaluazioa. Enpresa bat digitalizatzeko proiektu bat garatzea.

Nazio Batuen 2030 Agenda eta Garapen Jasangarrirako Helburuak. Euskadiko LH Basque Country 2030 Agenda. Ingurumen- eta gizarte-erronkak. Jasangarritasun-irizpideak jardun profesionalen eta pertsonalean. Produktu eta zerbitzu arduratsuak. Jarduera jasangarriak. Enpresa-jasangarritasuneko planen analisia.

Hautazko Moduluak zehazteko.

Sektoreko enpresak sailkatzea, hauen antolamenduaren arabera eta produktu edo zerbitzu motaren arabera. Sektorearen beharrezkoak irtenbideak planteatzea. Planteatutako irtenbiderako proposatutako jarduerak gauzatzeko prozesua planifikatzea eta gauzatzea. Proiektua aurkezte eta defendatzea konpetentzia teknikoak eta pertsonalak eraginkortasunez erabiliz.